

Beatriz Bittencourt Andrade

Estudo de multicasos das agências e operadoras de turismo/ecoturismo na operacionalização das atividades ecoturísticas na Ilha de Santa Catarina e na região de Santo Amaro da Imperatriz: atividades sustentáveis ou não?

FLORIANÓPOLIS

2002

Beatriz Bittencourt Andrade

Estudo de multicasos das agências e operadoras de turismo/ecoturismo na operacionalização das atividades ecoturísticas na Ilha de Santa Catarina e na região de Santo Amaro da Imperatriz: atividades sustentáveis ou não?

**Trabalho de Conclusão de Estágio
apresentada à disciplina Estágio Supervisionado –
CAD 5236, como requisito parcial para obtenção do
grau de Bacharel em Administração da
Universidade Federal de Santa Catarina, área de
concentração em gestão do turismo**

Professor Orientador: Luis Moretto Neto

FLORIANÓPOLIS

2002

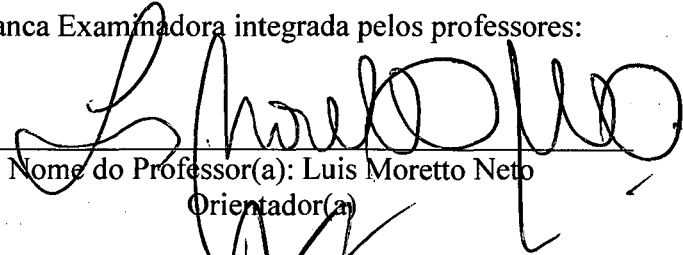
Beatriz Bittencourt Andrade

Estudo de multicasos das agências e operadoras de turismo/ecoturismo na operacionalização das atividades ecoturísticas na Ilha de Santa Catarina e na região de Santo Amaro da Imperatriz: atividades sustentáveis ou não?

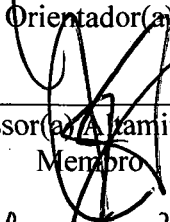
Este Trabalho de Conclusão de Estágio foi julgado adequado e aprovado em sua forma final pela Coordenadoria de Estágios do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, em 29 de agosto de 2002.

Prof. Sinesio Stefano Dubiela Ostroski
Coordenador de Estágios

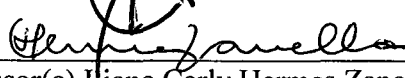
Apresentada à Banca Examinadora integrada pelos professores:



Nome do Professor(a): Luis Moretto Neto
Orientador(a)



Nome do Professor(a): Alamiro Damian Préve
Membro



Nome do Professor(a): Liane Carly Hermes Zanella
Membro

Agradeço a todos aqueles que direta ou indiretamente me auxiliaram na elaboração deste trabalho, principalmente os meus pais, meu irmão, e as agências de ecoturismo que se colocaram a disposição.

Beatriz Bittencourt Andrade

Dedico este trabalho a Mãe Natureza,
“que o homem de hoje possa descobrir as flores,
A beleza das estrelas, o azul dos céus,
Os campos floridos, os alimentos que a natureza lhe
oferece,
A brisa, a lua, ao sol, a terra fértil, enfim,
Senhor, tudo o que de graça nos dá,
Compreendendo, por fim,
Que o Senhor é a própria Humildade.
Deus, Pai Criador do Céu e da Terra, nós O amamos”.

(Karina) Luiz Sérgio

**“ Ah, se o mundo inteiro me pudesse ouvir,
Tenho tanto pra contar
Dizer que aprendi...”**

Tim Maia

RESUMO

ANDRADE, Beatriz Bittencourt. Estudo de multicasos das agências e operadoras de turismo/ecoturismo na operacionalização das atividades ecoturísticas na Ilha de Santa Catarina e na região de Santo Amaro da Imperatriz: atividades sustentáveis ou não? 2002. 118fls Trabalho de Conclusão de Estágio (Graduação em Administração). Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Este trabalho tem como principal objetivo avaliar se as atividades ecoturísticas oferecidas pelas agências/operadoras de Ecoturismo e/ou de turismo convencional, na Ilha de Santa Catarina e na região de Santo Amaro da Imperatriz, estão sendo realizadas conforme os conceitos e princípios do Turismo Sustentável e do Ecoturismo. No intuito de comparar os critérios adotados pelas empresas com os princípios de sustentabilidade definidos em conferências e reuniões mundiais. A metodologia empregada foi o estudo de multicasos desenvolvido através de pesquisa de campo, com realização de entrevistas e aplicação de questionários, além de pesquisa bibliográfica e documental, através de livros, artigos e *sites* da internet. As análises quantitativas e qualitativas contribuíram para a caracterização das operações das agências separadamente, e num contexto geral. Levando a conclusão de que o Ecoturismo mesmo trazendo benefícios, como a geração de empregos e preservação de algumas áreas naturais, ainda é oferecido de maneira incipiente e de desestruturada, nas regiões. A falta de integração entre todos os agentes interessados no turismo e, em suas consequências, tem sido o maior obstáculo para a construção do desenvolvimento sustentável do turismo.

Palavras-chaves: ecoturismo, princípios sustentáveis, agências/operadoras de ecoturismo.

ABSTRACT

The following study aims to identify how travel agencies and intermediaries adopt the basic principles of sustainability while offering ecotourism services inside the Santa Catarina Island and Santo Amaro da Imperatriz. Using a case studies approach for data collection, companies were interviewed and their actions contrasted against the sustainability principles suggested by the environmental organizations and synthesized by the author. Findings show that although a positive economic and preservation impact has been perceived in some areas, Ecoturism is still an unplanned and incipient activity, requiring further efforts in order to promote the sustainable development of tourism.

Key words: Ecotourism, sustainable principles, nature tour operators and agencies.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 12 |
| 2 OBJETIVOS..... | 15 |
| 2.1 Objetivo geral..... | 15 |
| 2.2 Objetivos específicos..... | 15 |
| 3 TURISMO SUSTENTÁVEL..... | 16 |
| 3.1 O que é Turismo Sustentável?..... | 16 |
| 3.2 Origem..... | 17 |
| 3.3 Carta do Turismo Sustentável..... | 18 |
| 3.4 Benefícios | 20 |
| 3.5 A tríade do Turismo Sustentável..... | 21 |
| 3.5.1 A comunidade local..... | 21 |
| 3.5.2 O fator econômico..... | 22 |
| 3.5.3 O meio ambiente natural e construído..... | 23 |
| 4 ECOTURISMO..... | 24 |
| 4.1 Definição..... | 24 |
| 4.2 Princípios básicos do Ecoturismo..... | 28 |
| 4.3 O ecoturista..... | 30 |
| 4.4 O conteúdo da oferta ecoturística..... | 34 |
| 4.5 Agentes do Ecoturismo..... | 35 |
| 4.5.1 Agências e operadoras de viagens..... | 35 |
| 4.5.2 Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável..... | 38 |

| | |
|--|---------------|
| 5 METODOLOGIA..... | 41 |
| 5.1 Delineamento da pesquisa..... | 41 |
| 5.1.1 Estratégia de pesquisa..... | 41 |
| 5.1.2 Unidades de análise (ou Amostra)..... | 42 |
| 5.2 Coleta de dados..... | 43 |
| 5.3 Tratamento dos dados..... | 45 |
| 5.4 Análise dos dados..... | 46 |
| 6 ANÁLISE DOS RESULTADOS..... | 48 |
| 6.1 Características gerais das agências estudadas..... | 48 |
| 6.2 Filiação das empresas a órgãos específicos de Turismo e/ou Ecoturismo..... | 49 |
| 6.3 Características organizacionais identificadas nas agências/operadoras..... | 50 |
| 6.4 Interpretações e análises..... | 51 |
| 6.4.1 Definição de missão e políticas..... | 51 |
| 6.4.2 Políticas e planos por fatores impactantes | 53 |
| 6.4.3 Políticas de compras para alimentos, impressos, e o envolvimento dos funcionários..... | 55 |
| 6.4.4 Características dos produtos para limpeza, e para uso dos hóspedes - cosméticos:..... | 57 |
| 6.4.5 Características das acomodações..... | 58 |
| 6.4.6 Capacitação de funcionários..... | 59 |
| 6.4.7 Proteção da flora e da fauna..... | 61 |
| 6.4.8 Manejo do lixo..... | 63 |
| 6.4.9: Manejo de grupos..... | 65 |
| 6.4.10 Divulgação da localidade aos clientes..... | 67 |
| 6.4.11 Disponibilização de formulários para críticas ou sugestões..... | 68 |
| 6.4.12 Apoio e utilização da mão de obra local..... | 70 |
| 6.4.13 Incentivo aos produtos locais..... | 72 |

7 CONCLUSÃO.....74

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....78

REFERÊNCIAS.....79

ANEXOS

APÊNDICES

1 INTRODUÇÃO

O Ecoturismo é, segundo especialistas, uma atividade que tem como cenário a natureza, e é orientada pelos princípios de sustentabilidade. Também conhecido por Turismo Ecológico, surgiu como uma alternativa ao modelo convencional vigente.

Em virtude dos princípios sustentáveis que regem o Ecoturismo, os impactos sociais, econômicos e ambientais que ele promove, devem ser positivos. O conceito de sustentabilidade determina que todos os agentes relacionados direta ou indiretamente com determinada atividade devem ser beneficiados. No caso da atividade ecoturística, todos os agentes, como por exemplo: a comunidade, as agências, os órgãos públicos, restaurantes e hotéis devem ser beneficiados.

De acordo com o *World Tourism Organization* (WTO) o Ecoturismo é o tipo de turismo que mais cresce no mundo, não sendo diferente no Brasil. O desenvolvimento do mercado deste novo modelo é proporcionado pelo retorno do homem à natureza que deseja a paz e a tranquilidade que já não existem mais nos grandes centros; bem como a vontade de praticar esportes, conhecer novas culturas, e reenergizar-se; aliado à preocupação cada vez maior com a degradação ambiental e cultural.

Diversas empresas vêm sendo criadas nessa área. Como também muitas empresas de diversos segmentos da atividade turística, já existentes, começaram a focar este mercado em expansão. Com esse *boom* inesperado e a falta de definições e normas que regulamentassem tal atividade, o termo “Eco” acabou sendo banalizado e hoje não se consegue mais diferenciar quem realmente oferece o Ecoturismo e quem apenas utiliza o prefixo “Eco” para o “*marketing verde*”.

Para conhecer o potencial ecoturístico nacional e regularizar as atividades, a EMBRATUR junto com o Ministério do Meio Ambiente (MMA), dos Recursos hídricos e da Amazônia

Legal criou o Programa Nacional de Ecoturismo, em 1995. Através do IBAMA e

da Secretaria de Coordenação da Amazônia implementou diretrizes e objetivos traçados. Como resultado foram definidos os Pólos de Ecoturismo no Brasil. Cada estado possui seus pólos turísticos e através do levantamento das características destes, as ações serão realizadas.

A Ilha de Santa Catarina e o Alto Vale do Itajaí foram identificados como sendo os Pólos de Ecoturismo do estado de Santa Catarina. A diversidade ambiental da Ilha, com suas praias, dunas, montanhas, lagoas, peculiaridades culturais, e unidades de conservação; bem como, os rios e parques da região de Santo Amaro, apresentam grandes oportunidades para o desenvolvimento do Ecoturismo.

No entanto, a Ilha de Santa Catarina e a cidade de Santo Amaro da Imperatriz (situada a 40Km de Florianópolis) ainda não foram beneficiadas de forma direta ou indireta pelas ações estratégicas da Embratur. O desenvolvimento do Ecoturismo nessas regiões está acontecendo de acordo com os princípios dos agentes que operam a atividade, nem sempre de acordo com os critérios sustentáveis definidos por órgãos internacionais especializados.

Conseqüentemente, percebe-se um crescimento desordenado do Ecoturismo, em função da presença de agentes visando apenas o lucro, da falta de estudos delimitando a capacidade de carga, da ausência de regulamentação e leis normativas e da não integração entre os agentes (agências, comunidade, órgãos públicos), desrespeitando os princípios de uma filosofia de vida conservacionista, preservacionista e justa que promoveu o surgimento do Ecoturismo.

Um dos grandes atores do desenvolvimento das atividades ecoturísticas são as agências e operadoras. Fundadas por pessoas que gostam de estar junto a ambientes naturais pouco explorados. Elas observaram a existência de outras pessoas dispostas a pagar por isso, o que vem formando um nicho de mercado pouco explorado.

Norteados pela pergunta: "As empresas oferecem o Turismo Ecológico de acordo com os princípios de sustentabilidade ?" o trabalho teve por finalidade analisar as agências e operadoras que trabalham no mercado de Ecoturismo na Ilha de Santa Catarina e na região de Santo Amaro da Imperatriz verificando se os roteiros e serviços por elas vendidos respeitam os princípios de sustentabilidade; e, comparar os processos e procedimentos realizados pelas empresas, e, suas conseqüências, com os princípios que fundamentam o

Ecoturismo e que estabelecem os benefícios a serem proporcionados às localidades onde é desenvolvido.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Avaliar se as atividades Ecoturísticas oferecidas pelas agências/operadoras de Ecoturismo e ou de turismo convencional, no ano de 2002, estão sendo realizadas conforme os conceitos e princípios do Turismo Sustentável e do Ecoturismo, na Ilha de Santa Catarina e na região de Santo Amaro da Imperatriz.

2.2 Objetivos específicos

- Avaliar os processos e procedimentos das agências que oferecem o Ecoturismo na Ilha de Santa Catarina e no município de Santo Amaro da Imperatriz, baseando-se na Carta de Turismo Sustentável¹ e nos princípios do Ecoturismo presentes na Declaração de Ecoturismo de Quebec²
- Sistematizar os critérios de sustentabilidade para a operação das atividades oferecidas, segundo os documentos citados no objetivo anterior.

¹Tradução da autora. Vide Anexo 1 – Carta Del Turismo Sostenible na íntegra

²Vide Anexo 2

3 TURISMO SUSTENTÁVEL

3.1 O que é Turismo Sustentável?

Turismo sustentável é a atividade onde não existe apenas a preocupação com o lucro a curto prazo, ele visa o bem estar do turista e da população local, prioriza o desenvolvimento social e econômico local, e preocupa-se com a preservação do meio ambiente natural e urbano.

Swarbrooke (2000, p.19) baseando-se na definição do Relatório Brundtland³ define Turismo Sustentável como: “Formas de turismo que satisfaçam hoje as necessidades dos turistas, da indústria do turismo e das comunidades locais, sem comprometer a capacidade das futuras gerações de satisfazerem suas próprias necessidades”.

O autor acrescenta ainda, que

O turismo sustentável é composto por 3 dimensões: o meio ambiente (natural e construído); a vida econômica da comunidade e das empresas; e, os aspectos sociais (impactos sobre culturas locais e turistas, e o modo como são tratados os que trabalham no turismo). (p.73)

³ Relatório Brundtland, formulado na pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente, realizado em Estocolmo em 1987. Posteriormente editado como “Nosso Futuro Comum”

Segundo o site www.infoagro.com,

Turismo sustentável é uma nova forma de planejar, ofertar negociar o produto turístico nacional, baseado nos princípios éticos e coletivos para o manejo dos recursos naturais e culturais, cujos benefícios econômicos melhorem a qualidade de vida de todos os setores envolvidos.⁴

Turismo Sustentável é definido por Butler *apud* Neil; Wearing (2001, p.9) como:

Uma definição operacional de desenvolvimento sustentável no contexto do turismo: o turismo que é desenvolvido e mantido em uma área (comunidade, ambiente) de tal modo e em tal escala que se mantém viável durante um período indefinido e não degrada nem altera o meio ambiente.

3.2 Origem

Na década de 60, ficaram evidenciados os impactos negativos que o turismo de massa vinha causando nas localidades. A partir de então, os órgãos públicos começaram a aplicar técnicas de gestão de turistas na tentativa de administrar esses impactos. No entanto, foram iniciativas de pequena escala, buscando amenizar os excessos e não resolver o problema como um todo.

Na década de 80, o relatório Nosso Futuro Comum que lançou o conceito de Desenvolvimento Sustentável e metas que deveriam ser tomadas pelos países para evitar a degradação ambiental, tornou-se fonte de inspiração para a gestão do turismo. Assim, foram criadas as expressões “*turismo verde*” e “*questões verde*”.

Em 1990, na Conferência realizada em Leeds, o “*turismo verde*” foi chamado de “*gradações de verde*”. As premissas desse tipo de turismo incluíam a redução de custos e a maximização dos benefícios ambientais. Posteriormente, surge a expressão “Turismo Sustentável” que aborda os princípios do desenvolvimento sustentável.

3.3 Carta do Turismo Sustentável

Em 1995, foi realizada a Conferência Mundial do Turismo Sustentável, nas Ilhas Canárias na Espanha, onde foi discutida a amplitude da atividade turística para o desenvolvimento dos países, nos aspectos econômicos, sociais e ambientais.

Durante o encontro, foi elaborada uma carta onde foram estabelecidos 18 princípios que deveriam ser seguidos por todos aqueles ligados ao turismo (autoridades públicas, pessoas especializadas, associações, instituições públicas e privadas, etc) para que este venha a ser uma indústria sustentável. Os princípios elaborados foram⁵:

- A. O desenvolvimento turístico deve ser orientado pelos princípios do desenvolvimento sustentável.
- B. Respeito aos muitos lugares de frágil equilíbrio ambiental, principalmente as pequenas ilhas e áreas ambientalmente sensíveis. Deve haver uma previsão a respeito da incidência da atividade sobre os recursos naturais, a biodiversidade e a capacidade de assimilação dos impactos e resíduos produzidos.
- C. A atividade turística precisa considerar os efeitos induzidos sobre o patrimônio cultural e as atividades características locais. O reconhecimento e o apoio à identidade e cultural local devem ser obrigatórios na formulação de estratégias turísticas, principalmente nos países em desenvolvimento.
- D. A contribuição do turismo para o desenvolvimento sustentável pressupõe a necessidade de solidariedade, respeito mútuo e a participação de todos os atores relacionados ao processo, sejam públicos ou privados. Deve-se ter mecanismos de cooperação em todos níveis: local, nacional, regional e internacional.
- E. O desafio de inovações culturais, tecnológicas e profissionais deve ser lançado e superado pela cooperação, criação e desenvolvimento de instrumentos para planejamento e gestão integrados.
- F. Os critérios de qualidade estabelecidos para a preservação da localidade e a capacidade de satisfação do turista devem estar baseados nos princípios do

⁴ Tradução da autora.

desenvolvimento sustentável e devem ser considerados como prioridades na formulação de estratégias e projetos turísticos.

- G. Aproveitamento das oportunidades oferecidas pela economia local, promovendo o seu desenvolvimento.
- H. Incidência de forma efetiva na melhora de qualidade de vida da população, bem como no enriquecimento sócio-cultural de cada localidade.
- I. Governos, autoridades competentes, ONG's e a população local têm a responsabilidade de realizar ações orientadas ao planejamento integrado do turismo sustentável.
- J. Distribuição mais igualitária dos benefícios e prejuízos do turismo. Instrumentos econômicos, jurídicos e fiscais internacionais devem assegurar o uso sustentável dos recursos naturais e permitir a internacionalização e divisão dos custos ambientais promovidos. Os governos e organizações internacionais devem priorizar as ajudas diretas e indiretas aos projetos turísticos que contribuam para a manutenção da qualidade do meio ambiente.
- K. As zonas vulneráveis e as já degradadas pelo turismo de massa, do ponto de vista ambiental e cultural, devem receber tratamento especial e ter prioridade para recebimentos de verbas e cooperação técnica.
- L. A promoção de formas alternativas de turismo, coerentes com os princípios do desenvolvimento sustentável, e a diversificação dos produtos turísticos, para garantir estabilidade a médio e longo prazo, devem assegurar a cooperação regional, principalmente no caso de pequenas ilhas e meio-ambientes frágeis.
- M. Os governos, a indústria turística, as autoridades e as ONG's devem impulsionar a criação de redes abertas de investigação, difusão, informação e transferência de conhecimentos. Abordando matérias de turismo e tecnologias turísticas ambientalmente sustentáveis.
- N. A criação de uma política de turismo sustentável requer o apoio e a promoção de sistemas de gestão turísticos compatíveis, de estudos de viabilidade, de

⁵ Traduzidos e adaptados pela autora.

criação de projetos demonstrativos e do desenvolvimento de programas no âmbito de cooperação internacional.

- O. A indústria turística e todos os atores a ela relacionados devem estabelecer objetivos específicos de ações positivas e preventivas, estabelecendo programas que incentivam a execução de ações práticas. O acompanhamento dos resultados alcançados, a divulgação dos mesmos e a promoção de troca de experiências na área devem complementar o trabalho.
- P. O uso de transportes e seus efeitos sobre o meio ambiente e a criação de medidas pra reduzir o uso de energia e recursos não renováveis são fatores relevantes. Além disso, deve-se incentivar a reciclagem e a diminuição de resíduos nas instalações turísticas.
- Q. Códigos de conduta devem ser criados e utilizados pelos atores no turismo, principalmente os membros da indústria turística.
- R. A *Conferência de Lanzarote* deve ter suas resoluções e conclusões divulgadas a nível local, nacional, regional e internacional.

3.4 Benefícios

Segundo as definições de Turismo Sustentável, muitos benefícios são gerados se suas premissas forem executadas:

- Exploração equilibrada do meio ambiente, preservando para as futuras gerações;
- Desenvolvimento da cultura local e preservação da mesma;
- “O turismo cultural intensifica a auto-estima da comunidade local, e oferece a oportunidade de uma maior compreensão e comunicação entre os povos de formações diversas” (SWARBROOKE, 2000, p.14);
- Desenvolvimento do comércio (artesanato, vestuário) e setor de serviços (bares, restaurantes, pousadas, hotéis); e assim, o crescimento da oferta do

número de empregos;

- Promoção da entrada de divisas para a região, capital e dinheiro novo que contribuem para o desenvolvimento da economia;
- Crescimento de arrecadação de impostos, que poderão ser reinvestidos no turismo novamente;
- Diversas estruturas são desenvolvidas, como locais para recreação, melhorias no transporte local e no saneamento básico, beneficiando os turistas e a população local.

3.5 A tríade do Turismo Sustentável

3.5.1 A comunidade local

Os princípios da sustentabilidade promovem as idéias da necessidade de participação da comunidade local no planejamento e a formulação de estratégias e atividades para o desenvolvimento do turismo naquela região.

A definição de quem deve participar desse planejamento, isto é, quem compõe a comunidade local torna-se difícil a partir do momento em que se tenta identificar quem pode ser atingido pela atividade ou quem a promove. Assim, a comunidade de uma região turística é formada por vários integrantes, como: moradores nativos; moradores imigrantes; pessoas que detém imóveis ou empresas nesta região, mas moram em outro local; minorias étnicas; empresas locais do *trade* turístico ou empresas que enviam turistas para a região; ONG's; órgãos públicos; associações; etc.

Os diferentes grupos que formam a comunidade local, trazem as diferenças de opiniões bem como a defesa de interesses. Sendo que, dependendo dos métodos utilizados pelos setores, público ou privado, para estimularem a participação, muitos indivíduos podem ser excluídos do planejamento.

O processo de planejamento pode trazer diversos benefícios, segundo Swarbrooke (2000), são eles: (1) proteção de interesses da comunidade; (2) estabelecimento de

prioridades; (3) redução de possíveis conflitos entre turistas e comunidade local; (4) utilização de informações baseadas em experiências de quem convive todos os dias com determinado ambiente ou situação.

Por outro lado, dois pontos negativos são destacados pelo mesmo autor: (1) custos, pois os métodos utilizados para promover a participação da comunidade no planejamento podem tornar-se onerosos; a demora nas decisões pode trazer prejuízos a diversos agentes do turismo. (2) tempo, o planejamento pode levar mais tempo para ser desenvolvido podendo não acompanhar as mudanças que seguem no ambiente externo, prejudicando a implantação do mesmo.

A comunidade local muito tem a contribuir para o desenvolvimento de estratégias para o turismo na sua região, e sua participação é sem dúvida de extrema valia. Entretanto, suas opiniões devem evitar ser egoístas demais ou mesmo antidesenvolvimentistas. O poder da indústria do turismo pode voltar-se contra esta área priorizando outras regiões para a operacionalização; as políticas e recursos do governo podem ser desviados; e grandes redes de hotéis e *resorts*, podem escolher outras áreas caso percebam muitos entraves para o desenvolvimento de seus negócios. Cabe a cada região definir suas prioridades.

3.5.2 O fator econômico

O desenvolvimento da economia originada pelo turismo sustentável é muito diferente daquela proporcionada pelo turismo tradicional. Este desenvolve uma economia de escala, beneficiando apenas uma parcela da população e estimulando a geração de empregos que muitas vezes não empregam mão de obra local; aquele se preocupa em utilizar a mão de obra local e capacitá-la, os investimentos e reinvestimentos são feitos na própria localidade e há o incentivo do empreendedorismo na população.

Além disso, propõe a questão de valoração do meio ambiente, isto é, sobre pagamentos para visitas a parques e áreas de proteção ambiental. Em muitas áreas de preservação já são cobradas taxas para a entrada, e apesar de muitas vezes ser um valor

simbólico (este valor deve ser estudado em função do impacto que o turista ocasiona), é um faturamento que poder ser reinvestido diretamente onde foi recolhido. Em algumas dessas áreas ainda pode-se contar com comércio e serviços dentro dela ou em seu entorno, como restaurantes e artesanatos locais.

O turismo sustentável analisa a relação custo benefício não a curto prazo como acontece ainda hoje, mas com uma visão a longo prazo, demonstrando mais uma vez a inter-relação entre os seus conceitos e os do desenvolvimento sustentável.

3.5.3 O meio ambiente natural e construído

Umas das principais variáveis sob a qual age o turismo sustentável é o meio ambiente natural. O ar, a água, o solo, as florestas, os animais, os mares, os rios, as cavernas, as rochas, a flora e praticamente todos os recursos naturais são beneficiados com o desenvolvimento do turismo sustentável numa região, ou até mesmo fora dela, em função de canais de ligação (rios, por exemplo), ou áreas de vegetação que se estendam por várias localidades.

O turismo sustentável utiliza os recursos naturais ou urbanos como diferencial nos destinos turísticos, objetivando atender aos turistas, mas estabelecendo limites e regras para a preservação e conservação da região. Ele permite a exploração econômica dos recursos naturais de maneira equilibrada para que estes possam ser preservados para as futuras gerações.

Essa sociedade harmônica com o meio ambiente acontece quando: são estabelecidos limites para visitantes nas áreas naturais, de acordo com o nível de fragilidade do seu ecossistema; a promoção de instalações de infra-estruturas evita ou minimiza a poluição, como saneamento básico; a adoção de medidas de redução no uso de energia, de água, de veículos automotores, sem que o turista se sinta prejudicado; e, o desenvolvimento da educação ambiental. (SWARBROOKE, 2000)

Quando se observa o equilíbrio entre a atividade turística e o meio ambiente do qual depende, pode-se chamar de Ecoturismo.

4 ECOTURISMO

Em virtude das diversas terminologias usadas para designar turismo realizado em áreas naturais, seja para mera contemplação, estudos científicos, ou prática de esportes, existem várias expressões usadas como sinônimo de Ecoturismo, como “*turismo inóspito*”, “*turismo de baixo impacto*”, “*turismo verde*”, “*turismo esportivo*”, “*turismo na natureza*” e “*turismo ecológico*”. Essa confusão resulta da falta de uma definição clara do que é Ecoturismo. Existe muita divergência entre autores, e os agentes envolvidos. Normalmente, o Ecoturismo é definido dependendo da ótica de quem o está definindo.

4.1 Definição

Conceitos básicos exprimem objetivamente os princípios do Ecoturismo. No entanto, alguns tentam explicar e diferenciar os diversos termos utilizados como sinônimos para Ecoturismo, bem como quais atividades pertencem a esta modalidade.

De acordo com o *The International Ecotourism Society* (TIES), “Ecoturismo é a viagem responsável a áreas naturais, visando preservar o meio ambiente e promover o bem-estar da população local”.⁶

⁶ Tradução da autora.

Numa definição menos ampla, mas similar ao conceito da TIES, o Ministério do Meio Ambiente, definiu em 1995, no documento sobre a Política Nacional do Ecoturismo que,

Ecoturismo é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas.

Ressaltando também a exploração da atividade, desde que não haja prejuízo à localidade, David Western *in* Lindberg; Hawkins (2001, p.18) diz que,

Ecoturismo é provocar e satisfazer o desejo que temos de estar em contato com a natureza, é explorar o potencial turístico visando à conservação e ao desenvolvimento, é evitar o impacto negativo sobre a ecologia, a cultura e a estética.

Enfatizando um dos benefícios do Ecoturismo Ceballos-Lascuráin (1991) define como “... uma forma de ecodesenvolvimento que representa um meio prático e eficaz de promover o crescimento socioeconômico em todos os países...”.⁷

Entrando no conflito das várias terminologias para turismo no meio ambiente natural, BMZ (1995) revela que Turismo Natural ou Turismo de Natureza e Ecoturismo não são a mesma coisa, definindo turismo de natureza como sendo atividades em áreas naturais que de alguma forma são úteis e necessárias para elas, mas não está interessado se esta área comporta tais atividades ou não⁸.

⁷ Citação obtida no site www.kiskeya-alternative.org acessado em junho de 2002.

⁸ Informações obtidas no site www.kiskeya-alternative.org acessado em 20 de julho de 2002.

O mesmo autor firma ainda, que Turismo de Aventura também não é um tipo de Ecoturismo, mas apenas um Turismo de Natureza: “El turismo de Aventura no pretende minimizar los efectos ecológicos del turismo”, um dos principais pontos do conceito de Ecoturismo, a utilização de áreas naturais com o mínimo impacto possível.

Ruschel e Associados (1995) *in* coleção turismo - Viagens à natureza (1997, p.7), inserem na definição de atividade ecoturística a prática de esportes, o que abrange turismo de aventura, icitioturismo, turismo rural, pesca esportiva, etc, demonstrando que essas modalidades podem fazer parte do conceito de Ecoturismo. “... é toda a atividade turística realizada em área natural com o objetivo de observação e conhecimento da flora, da fauna e dos aspectos cênicos (com ou sem sentido de aventura); prática de esportes e realização de pesquisas científicas”.

Seguindo o conceito acima, pode-se dizer que Western *in* Lindberg; Hawkins (2001, p.21) concorda que o Ecoturismo engloba os diversos tipos de turismo ligados à natureza e cultura de uma região, ao dizer que: “O Ecoturismo está deixando de definir-se como um turismo de natureza de pequena escala para estabelecer-se como um conjunto de princípios aplicáveis a qualquer tipo de turismo que se relacione com a natureza”.

Abordando as mesmas variáveis: qualquer tipo de turismo na natureza, desde que seja praticado de forma sustentável, tem-se a definição proposta por Buonacorso; Magalhães (out/1991): “O Ecoturismo pode, perfeitamente, aglutinar lazer, pesquisa e conservação, ao mesmo tempo em que redunde em lucrativa atividade financeira, quando as necessidades regionais e as características do ambiente são encaradas como compatíveis”.

A seguinte definição, dada por Hector Ceballo Lascurian (1987) abrange todos os conceitos definidos anteriormente. De uma maneira objetiva e simples, estão reunidos os principais fatores que delimitam o termo Ecoturismo: a conservação das áreas naturais e da cultura local; o desenvolvimento econômico e social; o lazer aos turistas, proporcionado através de esportes, pesquisas ou apenas contemplação.

A execução de uma viagem a áreas naturais que estão relativamente sem alterações ou contaminadas, com o objetivo específico de estudar, admirar e gozar o panorama junto a flora e fauna silvestre, e ainda, qualquer manifestação cultural (passada ou presente) que se encontra nestas áreas, propiciando um envolvimento ativo e socioeconomicamente benéficos para as populações locais.⁹

Confirmando que a atividade ecoturística incorpora modelos diferentes de realização tem-se a Figura 1.

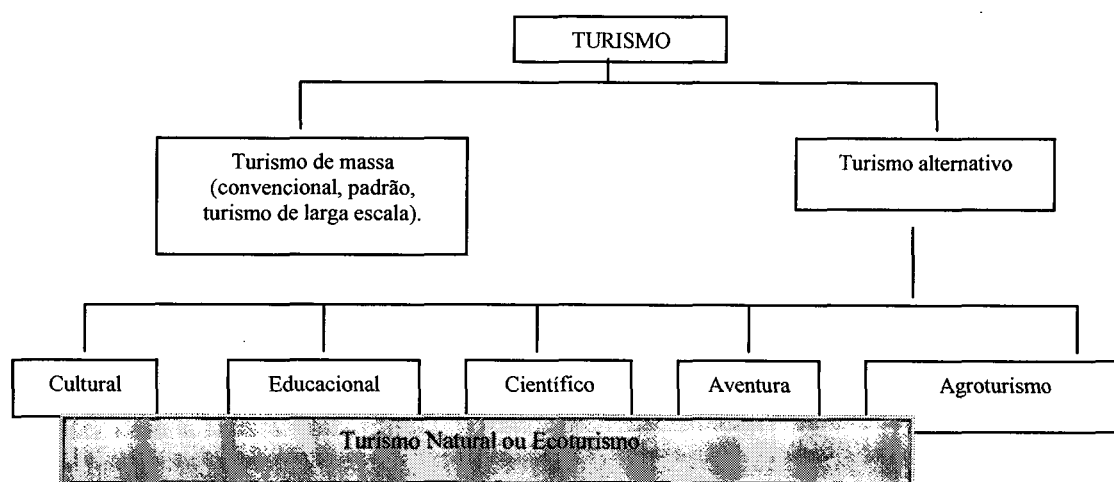


Figura 1 O turismo alternativo

Fonte: Mieczkowski *apud* Neil & Wearing 2000, p.5.

Segundo Neil; Wearing (2001), essas formas de turismo alternativo sobrepõe-se umas as outras em alguns momentos, por exemplo, um turismo cultural, não deixa de ser um tipo de turismo educacional. Bem como, um turismo educacional ambiental pode ser um Ecoturismo.

As definições apresentadas são apenas uma pequena parcela das que existem. Há divergências no meio acadêmico e mais ainda quando se tenta relaciona-las com a prática.

Contudo, percebe-se que o Ecoturismo é regido pela tríade do Turismo Sustentável direcionado para ou lugares naturais.

Assim, qualquer atividade turística praticada na natureza satisfazendo a tríade preservação e conservação ambiental, desenvolvimento econômico e social sustentável é um Ecoturismo. O que varia é a intensidade e a maneira na qual cada fator é atingido pela prática do Ecoturismo.

Para finalizar, um conceito amplo que abrange as três pontas básicas:

O Ecoturismo é viagem, muitas vezes para países em desenvolvimento, para áreas naturais relativamente tranquilas com o fim de estudar, desfrutar ou prestar ajuda voluntária com respeito à flora, à fauna, à geologia e ao ecossistema de uma área – assim como às pessoas (os guardiões) que vivem na vizinhança, às suas necessidades, à sua cultura e ao relacionamento com a terra. (Swanson, 1992, p.2 *apud* Neil; Wearing, 2001, p.11)

4.2 Princípios básicos do Ecoturismo

O ano de 2002 foi considerado o Ano Internacional do Ecoturismo. Muitas reuniões e encontros foram realizados nos anos de 2001 e início de 2002, em vários países, para serem discutidas as melhores práticas e regulamentar esta atividade. Terminando num encontro em Quebec, “*World Ecotourism Summit*”, onde foram avaliados todos os encontros realizados até então. Pessoas de todas áreas (públicas, privadas, ONG’s, estudantes), de 132 países diferentes, participaram deste evento final. Dessa avaliação surgiu a “Declaração de Ecoturismo de Quebec” que tem como objetivo “registrar uma agenda preliminar e estabelecer uma série de recomendações para o crescimento das atividades de ecoturismo implementadas sob o contexto do desenvolvimento sustentável” (p.1).

Em 1990, já se falava dos critérios necessários para a realização de atividades sustentáveis, mas com outras palavras. Talvez naquela época, as pessoas estivessem dando

⁹ Tradução da autora. Citação obtida no site www.kiskeya-alternative.org acessado no dia 20 de julho de 2002.

menos importância a preservação ambiental e cultural e por isso houve a necessidade de redigir uma nova declaração 12 anos mais tarde. Sendo que agora, a adoção desses princípios deve acontecer de forma mais rápida para não haver prejuízos irreversíveis as regiões.

Neil; Wearing (2001, p.13) descreveram os seguintes princípios do Ecoturismo, segundo a Conferência Global 90, realizada em Vancouver, Canadá.

- ✓ O ecoturismo estimula a compreensão dos impactos do turismo sobre o meio natural, cultural e humano;
- ✓ O ecoturismo assegura uma distribuição justa dos benefícios e custos.
- ✓ O ecoturismo gera emprego local, tanto diretamente no setor de turismo, como em diversos setores da administração de apoio e de recursos.
- ✓ O ecoturismo estimula as industriais locais rentáveis – hotéis e outras instalações de alojamento, restaurantes e outros serviços de alimentação, transporte, produção de artesanato e serviços de guia.
- ✓ O ecoturismo gera divisas estrangeiras para o país e injeta capital e dinheiro novo na economia local.
- ✓ O ecoturismo diversifica a economia local, particularmente nas áreas rurais, onde o emprego agrícola pode ser esporádico ou insuficiente.
- ✓ O ecoturismo busca a tomada de decisões em todos os segmentos da sociedade, inclusive nas populações locais, de modo que o turismo e outros usuários dos recursos possam coexistir. O ecoturismo incorpora o planejamento e o zoneamento, assegurando o desenvolvimento turístico apropriado para a capacidade de sustentação do ecossistema.
- ✓ O ecoturismo estimula a melhoria do transporte, da comunicação e de outros elementos da infra-estrutura comunitária local.
- ✓ O ecoturismo cria instalações recreativas que podem ser usadas pelas comunidades locais, pelos visitantes domésticos e internacionais. Também estimula, auxiliando seu custeio, a preservação dos sítios arqueológicos e de edifícios e bairros históricos.
- ✓ O turismo natural estimula o uso produtivo das terras marginais para a agricultura, permitindo que grandes áreas conservem sua cobertura de vegetação natural.
- ✓ O turismo cultural aumenta a auto-estima da comunidade local e proporciona a oportunidade de maior entendimento e comunicação entre pessoas de diversas origens.
- ✓ O turismo ambientalmente sustentável demonstra a importância dos recursos naturais e culturais para o bem-estar econômico e social da comunidade, podendo ajudar a preservá-los.
- ✓ O ecoturismo monitora, avalia e administra os impactos do turismo, desenvolve métodos confiáveis de contabilidade ambiental e calcula qualquer efeito negativo.

Pode-se observar que praticamente todas as afirmações acima se relacionam com os princípios da Carta Del Turismo Sostenible, isto é, preconizam uma sustentabilidade da atividade turística. Assim, entende-se porque, Swarbrooke (2000, p.14) estabeleceu tais princípios como sendo do Turismo Sustentável.

Esses princípios podem ser sugeridos a outras formas de turismo, que não estejam ligados diretamente a natureza. Turismo sustentável não é um tipo de turismo, mas uma nova abordagem de desenvolvimento da atividade.

Como disse Neil; Wearing (2001), um dos elementos fundamentais para a definição de Ecoturismo é a conservação e a sustentabilidade, que estão diretamente relacionadas à proposta do Turismo Sustentável. Eles propuseram três fatores que podem demonstrar se atividade é ecoturística, além da tríade apresentada anteriormente:

- A. **em que grau a experiência do turista depende da natureza:** elas podem ser dependentes da natureza, realçadas pela natureza, e para as quais o cenário natural é secundário. Observa-se que a atividade ecoturística está intimamente relacionada ao contato com a natureza, depende dela. Enquanto outras formas de turismo, como marítimo ou de eventos não dependem.
- B. **o tipo de turista.** Para ser classificado como ecoturista, o indivíduo precisa ter algumas características particulares, tais como: interesse em preservar o que está visitando, vontade de aprender sobre a cultura e as tradições locais, preocupação em gerar recursos financeiros para região.
- C. **o conteúdo existente na atividade a ser realizada.** A realização da atividade ecoturística contém vários “acessórios”, como educação ambiental tanto antes quanto durante a atividade, acompanhamento de guias especializados que possam falar sobre o meio ambiente e a cultura local, etc.

4.3 O ecoturista

As características de um indivíduo que pratica o Ecoturismo são diferentes daquelas do turista que realiza outras formas de turismo não sustentáveis.

O verdadeiro ecoturista possui uma consciência de sustentabilidade. Apesar de querer conhecer, muitas vezes, lugares intocados, ele sabe que deve deixar o mínimo impacto negativo naquela região. Além disso, busca contato com a cultura local,

tem interesse sobre os hábitos, crenças e artesanato, estimula o desenvolvimento da economia local dando preferência para serviços oferecidos por nativos.

No XXXVI Congresso de COTAL realizado em maio de 93, o professor Percy Tapia descreveu o ecoturista como “um novo tipo de cliente que normalmente sabe o que quer e como quer e que busca quem possa lhe oferecer com qualidade e profissionalismo”.¹⁰

Segundo Kerr *apud* Neil; Wearing (2001, p.195), “são os ecoturistas – pessoas que possuem oportunidades de recreação ambientalmente compatíveis [...] em que a natureza predomine sobre a humanidade”.

Levantando esta questão da busca pelo intocável, Swarbrooke (2000), condena os ecoturistas, ao dizer que eles “não estão inicialmente motivados por um desejo de proteger o meio ambiente, mas sim, de ver o ecossistema nativo em primeira mão”(p.40). É uma definição polêmica. Desconsidera o ecoturista como alguém que busca conhecer o meio ambiente preocupando em deixar o mínimo impacto possível. Retrata-o como alguém egoísta que deseja apenas vivenciar aquilo que poucos ou ninguém ainda vivenciou, despreocupando-se com as consequências da atividade.

O autor propõe uma caracterização dos ecoturistas em função de seus objetivos, atitudes e expectativas no local de destino, através de um nivelamento contínuo, partindo de turistas generalistas para especialistas.

¹⁰ Tradução da autora.

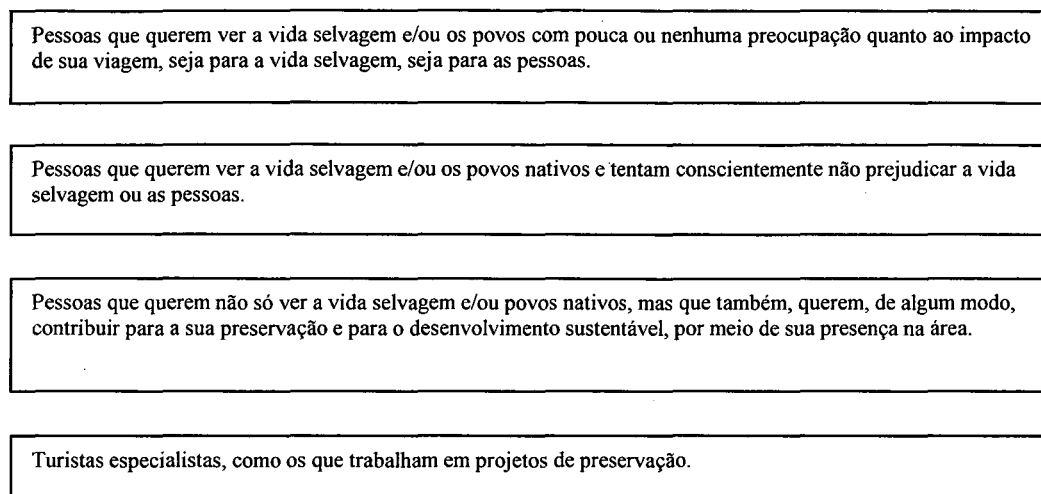


Figura 2: O *continuum* do ecoturista

Fonte: Swarbrooke (2000, p.57)

A Figura 2 classifica os turistas numa escala contínua usando como fator determinante do perfil a preocupação com a preservação ambiental. Retrata o indivíduo que não tem nenhuma preocupação com a localidade visitada, o generalista; desenvolvendo uma escala retilínea onde o último ponto retrata o perfil de um ecoturista verdadeiro, isto é, aquele que se preocupa com o impacto de suas ações no ambiente.

Segundo o artigo Ecoportunismo, o perfil de um ecoturista pode assim ser definido:

Um ecoturista “médio” autêntico (não o turista em viagens ecológicas) tem idade entre 35 e 55 anos, educação superior, seus destinos favoritos são as florestas tropicais, é motivado por locais de flora e fauna preservadas, viaja entre junho e setembro em viagens que em geral duram mais de 8 dias, prefere grupos pequenos e normalmente viaja acompanhado.

De acordo com as características já relacionadas, BMZ *apud* Turismo y Ecoturismo (1998)¹¹, confirma que

O ecoturista típico se caracteriza por ter grau de instrução maior que a média dos turistas. A posição social dos ecoturistas representa principalmente a classe média e, dentro desta, a classe média alta – isto é confirmado pelos turistas alemães que viajam ao terceiro mundo interessados na natureza (especialmente na paisagem) e ambientalmente conscientizados.¹²

Budowski *apud* Turismo Y Ecoturismo (1998)¹³, relaciona o perfil do homem dos anos 90, com as práticas ecoturísticas, enfocando algumas características até então não abordadas:

O indivíduo dos anos 90 se caracteriza como uma pessoa que deseja conhecer as poucas zonas naturais que ainda existem, buscando atividades fora do comum e que o mantenham em boas condições física e o proporcione novas experiências intelectuais e espirituais.¹⁴

Observa-se que o ecoturista é um turista responsável, que está disposto a pagar mais em função da característica da oferta. Entende, que o preço ainda é uma forma de restrição para a preservação de ecossistemas frágeis, uma vez que reduz o número de interessados; Segundo um estudo da WWF (1990)¹⁵, os ecoturistas têm um gasto médio diário superior, em \$1000, ao dos outros turistas embora permaneçam menos tempo, no local de destino. Ele não considera o valor monetário o mais importante, mas a oferta deve conter todos os elementos básicos de um produto ecoturístico.

¹¹ Artigo presente no site www.kiskeya-alternative.org. Acessado em maio de 2002.

¹² Tradução da autora.

¹³ Artigo presente no site www.kiskeya-alternative.org. Acessado em maio de 2002

¹⁴ Idem

¹⁵ Fonte: Embratur. Manual Operacional de Ecoturismo.

Apesar de ser exigente com os elementos da oferta, não dá importância a luxuosas instalações ou lugares artificiais para visitar. Interessa-se por estar junto à comunidade. Deseja estar num local onde haja infra-estrutura básica, para que a região sofra menos impactos ambientais. Considera questões como utilização de fontes alternativas de energia, oferta de alimentação natural (sem agrotóxico), fatores relevantes para escolha de locais.

Dentre as motivações, Neil; Wearing (2001) revelam que, os ecoturistas são motivados a saciarem seus desejos de relacionamento social, estímulo, relaxamento e autodidatismo. Suas necessidades não seguem necessariamente a pirâmide definida por Maslow (1) Fisiológicas, (2) Segurança, (3) Social, (4) Estima, (5) Realização pessoal. Por exemplo: a curiosidade pelo novo, a satisfação em conhecer um lugar paradisíaco, viver uma aventura, sobrepõe-se a questão da segurança.

4.4 O conteúdo da oferta ecoturística

Além de estar de acordo com os princípios do turismo sustentável, já relatados anteriormente, este segmento deve conter algumas características, que o diferenciara de outros tipos de turismo sustentáveis.

Sendo um segmento de turismo especializado, as atividades oferecidas devem “ter conteúdo, pessoal especializado, incluir atividades participativas e, principalmente qualidade ambiental, e/ou cultural”(www.ecobrasil.org.br)

O perfil do ecoturista inclui, como já dito, a vontade de aprender sobre o lugar. Assim, nada mais se pode esperar das operadoras de ecoturismo que

o fornecimento apropriado de explicação ambiental e cultural, em geral pelo emprego de guias adequadamente qualificados e pelo suprimento de informações ambientais, tanto antes da viagem quanto durante ela. Neil; Wearing (2001, p.12).

Esse papel educativo refere-se a turistas, operadores e até a comunidade local, permitindo a esta última que aprenda sobre sua região e renove “o singular valor de suas próprias tradições culturais” Kutay *apud* Neil; Wearing (2001, p.12).

A atividade deve proporcionar conhecimento sobre a fauna, a flora e a cultura local; deve contar com guias especializados que possam fornecer essas informações, e de outros lugares a visitar; os grupos não devem ser grandes a fim de reduzir o impacto, promover maior relacionamento entre os viajantes e tornar a experiência mais intensa. (COTAL, 1993).

4.5 Agentes do Ecoturismo

Dentre aqueles que oferecem produtos ecoturístico, tem-se empresas privadas, órgãos públicos e ONG's.

As empresas privadas podem ser classificadas (1) agências e/ou operadoras de turismo que trabalham nos segmentos de turismo convencional e turismo alternativo; (2) hotéis, pousadas, resorts, etc, que oferecem atividades ecoturísticas dentro de suas propriedades ou entorno. Normalmente contratam agências ou operadoras para realização das atividades.

4.5.1 Agências e operadoras de viagens

Segundo Torres (1981, p.17), “Agencias de viajes puede definirse como una empresa turística que actúa como agente intermediario activo entre sujetos de desplazamiento turístico y prestadores de servicios específicos”.

Dependendo da magnitude da operação realizada, elas podem ser classificadas em:

- ❖ Varejistas. “É a pequena empresa que opera com um mínimo de empregados, dedicada a vender exclusivamente no varejo”. (p.17)

- ❖ **Atacadistas.** É a empresa que opera com uma organização mais especializada e conta, segundo seu volume de operação, com filiais para atender um maior número de público.

Fabiano Ceretta e Luciano Costa relacionaram mercados onde as agências podem atuar. De acordo com os autores, o mercado operador é a promoção de excursões para serem comercializadas por outras agências de viagens dando-lhes a comissão de costume (1999).

Segundo o artigo *Desarrollo Sostenible – Turismo Sostenible*, as empresas ecoturísticas são de médio e pequeno porte. As principais são:

- ✓ “De aventuras”: oferecem atividades envolvidas com perigo e adrenalina;
- ✓ “De alojamiento: tais como: ecolodges, resort ecoturístico, etc”.
- ✓ “Restaurantes ecoturísticos”: servem gastronomia típica com decoração da cultura local;
- ✓ “Zoocriaderos”: criação, reprodução e comercialização de espécies de fauna, principalmente as que estão em extinção;
- ✓ “Farmacopea”: comercializam plantas medicinais, encontradas na região;
- ✓ “Artesanía”: oferece objetos produzidos localmente, com matéria prima que não afetam o equilíbrio do meio ambiente;
- ✓ “Folklórica”: oferecem produtos para observação ou participação das manifestações culturais da comunidade, como música e bailes;
- ✓ “Transporte Ecoturístico”: utilizam tipos de transportes que não contaminam o meio ambiente;
- ✓ “Guías locales o de la naturaleza”: transmitem informações da fauna, flora, história, e cultura locais;
- ✓ “Agencia de viajes y touroperadoras de ecoturismo”: oferecer todos os tipos de atividade ecoturística dentro de seus princípios;
- ✓ “De agroturismo”;
- ✓ “De turismo rural”;
- ✓ “Estaciones biológicas o ecoturismo científico”;
- ✓ etc...

Observa-se que normalmente, todas as empresas listadas acima, estão reunidas em uma só. As operadoras e/ou agências de turismo normalmente oferecem várias dessas atividades relacionadas, atendendo aos diversos tipos de ecoturistas. E é nesse ponto que entra a questão de “qual deve ser o principal objetivo de um operador de turismo – a sustentabilidade do ambiente ou a rentabilidade?” (NEIL; WEARING, 2001, p.173).

Diversos autores trabalham a questão dos impactos negativos que o desenvolvimento desordenado do ecoturismo pode causar às localidades. Questionam o caos que pode acontecer e que já está acontecendo, caso este segmento não seja planejado, gerenciado e controlado por todos aqueles envolvidos e interessados no processo: indústria turística, setor público, comunidade local, ONG's, mídia, especialistas, ambientalistas, etc.

Alguns empresários e órgãos públicos locais, pensando em lucro a curto prazo, têm usado Ecoturismo, como slogan para atrair turistas oferecendo produtos ligados à natureza. No entanto, estes pacotes não possuem nada ou quase nada dos princípios sustentáveis.

Um estudo realizado nos Estados Unidos identificou que os turistas estavam decepcionados com operadores de viagens, pois deixavam a desejar nas instruções e procedimentos que deveriam ser adotados na localidade, bem como nas informações culturais e ambientais sobre a região. (NEIL; WEARING, 2001)

Isso provoca uma polêmica em torno da atividade ecoturística, pois esta pode ser a grande inimiga do meio ambiente e da localidade num espaço curto de tempo. Pesquisadores de diversas áreas estão dedicando-se a estudos a fim de encontrar “maneiras de desenvolver e manter o controle sobre regiões com grandes áreas de beleza natural” (MELLO, 1996).

Talvez um dos maiores problemas seja o excesso de visitantes em uma determinada área, que promove o acúmulo de lixo, a perturbação dos animais, a poluição e a interferência social. Como os empresários desejam otimizar suas operações, adotam estratégias de marketing voltadas para a demanda e não para a oferta (NEIL; WEARING, 2001). Levam excursões enormes a lugares que não comportam, tanto na questão ambiental, como na infra-estrutura. O número de agências que realizam esta mesma prática no mesmo dia, no mesmo local, é algo que também deve ser observado.

Observa-se que, ao mesmo tempo a atividade ecoturística pode ser um agente de conservação local, ela também pode dizimar toda uma região. Caso não seja realizada segundo suas verdadeiras raízes.

Se o ecoturismo tivesse de crescer em uma área sem regulamentação, poderia facilmente tornar-se tão prejudicial quanto outras formas de turismo. Na verdade, por tender a ocorrer em áreas com ecossistemas raros e frágeis, ele poderia ser até mais prejudicial (Swarbrooke, 2000, p.40)

Para solucionar estas questões, guias de procedimentos e condutas estão sendo formulados por diversos organismos, tanto para os operadores de viagem como para os turistas, no mundo todo. Alguns deles propõe uma conduta pró-ativa dos operadores, antecipando-se a legislação local e não apenas ficando restrito as leis¹⁶.

4.5.2 Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável (CBTS)

No Brasil foi criado este ano o Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável (CBTS), que propõe o planejamento e a implementação de uma estratégia de certificação, para os agentes que operam o turismo, que seja participativa, independente e voluntária. O CBTS será um credenciador (accreditation body), onde haverá representantes dos setores sociais, ambientais e econômicos envolvidos com o turismo no Brasil para a formulação dos seus padrões de desempenho para a sustentabilidade (www.wwf.org)

Eles definiram princípios e estão estudando a maneira de realizar as avaliações das empresas para poderem certificá-las.

A busca pela certificação fará com que as empresas adotem critérios sustentáveis de operacionalização. Agora, a preocupação não será apenas com a preservação ambiental, transformou-se numa questão de ganhar ou perder mercado.

¹⁶ Vide anexo 3.

Após a revisão teórica das definições, dos componentes e da abrangência do Turismo Sustentável e Ecoturismo, é apresentada, a seguir, como síntese da conceituação do que foi exposto, a Figura 4. Esta expressa o Turismo Sustentável como uma filosofia que orienta, através de princípios e critérios, o desenvolvimento da atividade turística, onde está inserido a modalidade Ecoturismo. Apresentando os objetivos e o cenário deste, pode-se descrever os princípios de sustentabilidade que definem o Ecoturismo; e dizer que todas as atividades realizadas no cenário proposto e de acordo com os objetivos e premissas sustentáveis estabelecidos podem ser classificadas como ecoturísticas.

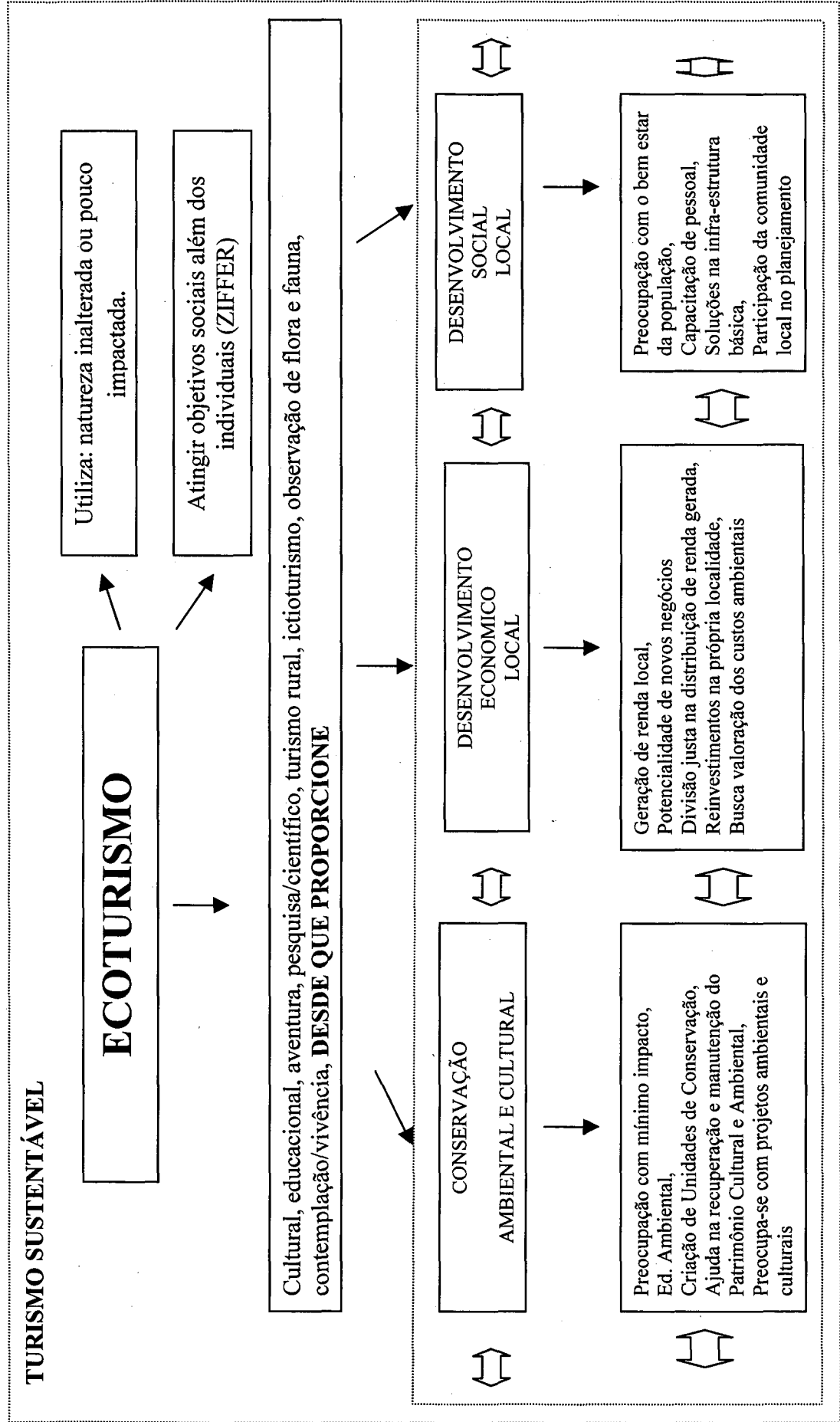


Figura 3: Concepção conceitual da pesquisa

5 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste trabalho foi usada a metodologia descrita a seguir, demonstrando o porquê da escolha por um estudo de multicasos e quais os procedimentos e técnicas adotados para a realização deste.

5.1 Delineamento da pesquisa

Uma pesquisa pode ser delimitada quanto aos fins, e meios segundo Vergara (1998), como também em função do espaço temporal (MATTAR 1999). Quanto aos fins, este trabalho é uma Pesquisa Aplicada, pois tem como propósito gerar soluções potenciais. No que diz respeito aos meios é uma Pesquisa Exploratória, porque consiste na investigação de um setor de atividade (i.e., o ecoturismo) ainda incipiente, onde há pouco conhecimento sistematizado e acumulado (VERGARA, 1998) Finalmente, no que diz respeito ao espaço temporal esta é uma pesquisa *Ad hoc*, visto que o estudo foi realizado num unico período de tempo.

5.1.1 Estratégia de pesquisa

A estratégia de pesquisa utilizada neste trabalho foi um estudo de casos múltiplos. Segundo Stake (*apud* ROESCH, 1999, p.197), “o estudo de caso pode ser único ou múltiplo e a unidade de análise pode ser um ou mais indivíduos, grupos, organizações, eventos, países, ou regiões”. A principal vantagem deste método consiste em reunir informações “tão numerosas e tão detalhadas quanto possível com vistas a apreender a totalidade de uma situação” (BRUYNE; HERMAN; SCHOUTHEETE 1977, p.224). Em

virtude da necessidade de informações aprofundadas sobre as práticas das empresas de Ecoturismo, decidiu-se, pela adoção do estudo de casos múltiplos.

Algumas vantagens e desvantagens do estudo de casos múltiplos são apresentadas por Yin (2001) em relação ao estudo de caso único. Uma vantagem é que os estudos quando realizados com mais de um caso são considerados mais convincentes. No entanto, existe a desvantagem de maior dispêndio de tempo e recursos, o que pode impor limites ao pesquisador. Como o objetivo de pesquisa busca identificar critérios de sustentabilidade adotados por empresas e estas tendem a dispor de características únicas, preferiu-se por múltiplos casos, permitindo capturar o potencial das variantes presentes entre as organizações entrevistadas.

5.1.2 Universo e unidades de análise (ou Amostra)

O universo da pesquisa foi composto por 14 agências de turismo convencional e/ou ecoturismo. As empresas foram identificadas através do *site* Guia Floripa, e, da pesquisa nas páginas amarelas da lista telefônica Listel de 2000, classificadas na seção de agências de turismo. Duas operadoras foram identificadas através de indicações, e uma agência foi encontrada em virtude de *folders* que haviam sido distribuídos. Os critérios de inclusão das operadoras e agências foram: (1) oferta de um turismo alternativo ao turismo de massa convencional; (2) adoção da Ilha de Santa Catarina e região de Santo Amaro da Imperatriz como área de atuação.

Yin (2001) revela que a unidade de análise “relaciona-se com o problema fundamental de se definir o que é um *caso*”. Ele aponta que em algumas pesquisas cada pessoa estudada representa o caso de estudo, e assim, o indivíduo é a unidade de análise. Neste trabalho, ao invés de indivíduos sendo estudados, tem-se empresas, e assim, cada agência/operadora selecionada é uma unidade de análise.

Pretendia-se a realização da pesquisa com todos as unidades do universo. Contudo, algumas limitações foram encontradas, não permitindo um censo do universo delimitado, reduzindo o número de unidades de análises para onze. As limitações foram: (1) a agência de número três não se dispôs a responder a pesquisa; (2) a agência de número 8 encerrou

seu funcionamento; (3) a agência de número 7 fechou durante o inverno, pois iria oferecer suas atividades em um outro Estado; (4) o período de inverno é caracterizado por menor demanda de turistas, o que reduz o número de atividades realizadas. Isso dificultou a observação participante e a aplicação dos questionários aos turistas; (5) omissão de informações e falta de clareza em algumas respostas por algumas agências, com receio que suas informações pudessem ser disponibilizadas para a concorrência, ou que levassem a uma imagem negativa da empresa e fossem divulgadas.

5.2 Coleta de dados

De acordo com Vergara (1998) este estudo desenvolveu-se através de três tipos de pesquisa: (1) de campo, que segundo a autora “é investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo” (p.45); (2) documental, onde as investigações são realizadas em documentos, registros, anais, circulares e ofícios; e, (3) bibliográfica, na qual o estudo desenvolve-se em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas. Mattar (1999) resume as formas de coleta de dados a dois tipos: dados primários, onde a coleta é feita diretamente pelo pesquisador no intuito de responder a sua questão de pesquisa; dados secundários, estes previamente coletados e documentados para outros fins, mas que servem de suporte ao pesquisador.

Os métodos de coleta de dados primários (ou de campo) foram¹⁷:

- ✓ Entrevista do tipo estruturada e do tipo informal. As entrevistas foram realizadas com os representantes nas próprias agências/operadoras, apenas duas empresas foram entrevistadas por telefone. As entrevistas informais foram realizadas com sete empresas. Em quatro agências/operadoras as entrevistas informais foram realizadas durante atividades de ecoturismo que a pesquisadora participou (trekking, rafting). No restante das empresas as entrevistas informais ocorreram durante o preenchimento dos questionários pelos representantes.
- ✓ Questionário estruturado aplicado às empresas (unidades de análise). Estes foram respondidos após as entrevistas estruturadas. Durante o preenchimento do

¹⁷ Os métodos de coleta estruturados podem ser vistos nos apêndices 1, 2 e 3 respectivamente.

questionário, pode-se considerar a realização de entrevistas informais. As empresas que foram entrevistadas por telefone responderam o questionário via e-mail. As perguntas e estruturação foram baseadas em um questionário obtido no *site* www.kiskeya-alternative.org. Houve a necessidade de tradução e algumas adaptações nas perguntas, com o intuito de adequá-lo melhor ao objetivo de pesquisa.

- ✓ Questionário estruturado aplicado com a técnica de entrevista. Este método foi aplicado a três empresas, logo após a realização de atividades.: uma delas reuniu um total de 50 pessoas num evento ecoturístico, e, aleatoriamente, foram entrevistados 14 participantes (turistas); nas outras duas empresas, eram atividades com sete participantes cada uma, sendo que todos foram entrevistados. Uma quarta empresa, teve três turistas entrevistados: eles haviam realizado a atividade no ano de 2001; os questionários foram respondidos via e-mail; e a escolha dos turistas não foi de forma aleatória - um deles se ofereceu para responder, quando soube da pesquisa, indicando mais duas pessoas que haviam realizado a atividade no mesmo período.
- ✓ Observação participante e a observação indireta. Estas observações foram realizadas durante as entrevistas, bem como durante a participação das atividades.

Os dados secundários foram obtidos através de pesquisas em livros, artigos e relatórios, e, em *sites* sobre Ecoturismo, Turismo Sustentável e sobre agências/operadoras turísticas. Outra importante fonte de dados foi a participação em uma lista de e-mails, o grupo Rede Ecoturismo, fundado em 1999 pelo WWF (*World Wild Foundation*), onde participam estudantes, especialistas, ambientalistas e simpatizantes do assunto. Teorias e práticas, brasileiras e mundiais são discutidas pelo grupo, bem como quais devem ser as medidas para gerenciar os impactos do Ecoturismo. A pesquisadora soube deste grupo através de uma palestra sobre gestão ambiental, realizada este ano em junho. Na palestra, o fundador do grupo, Sérgio Salazar Salvati, apresentou o Projeto de Turismo Sustentável da WWF e falou sobre o grupo. Estando o assunto ligado diretamente ao tema deste trabalho, a entrada da pesquisadora para o grupo aconteceu em 15 de junho de 2002.

5.3 Tratamento dos dados

Segundo Vergara (1998), os dados podem ser tratados de forma quantitativa ou de forma qualitativa. YIN (2001) aponta que o estudo de caso permite tratar os dados das duas formas. Mas, que é necessário o cuidado para que a análise seja guiada por algumas proposições, questões ou atividades, pois a tendência em estudos de caso é a elaboração de longos textos narrativos para elementos de estudo como entrevistas individuais ou reuniões.

Segundo Kirk & Miller (*apud* MATTAR, 1999, p.77) “a pesquisa qualitativa identifica a presença ou ausência de algo, enquanto a quantitativa procura medir o grau em que algo está presente”. Os mesmos autores afirmam que elas também se diferenciam na forma de coleta dos dados,

... na pesquisa quantitativa os dados são obtidos de um grande número de respondentes, usando-se escalas, geralmente, numéricas, e são submetidos a análises estatísticas formais; na pesquisa qualitativa os dados colhidos através de perguntas abertas (quando em questionários), em entrevistas em grupos, em entrevistas individuais em profundidade e em testes projetivos. (p.77)

Tendo-se em vista que a forma de coleta de dados permitiu absorver informações quantitativas, através dos questionários estruturados, e qualitativas, através de entrevistas e dados secundários, assim foi feito.

A forma quantitativa ocorreu através da tabulação dos questionários, que retrataram quantas empresas agem ou não conforme as questões estabelecidas. Podendo-se realizar análises estatísticas, como o cálculo de médias, e análises interrelacionadas entre os resultados de cada questão.

O tratamento qualitativo deu-se pela estruturação e análise das entrevistas e documentos fornecidos pelas empresas. Tentou-se formar um mapa de orientação colocando as respostas das pesquisas em um quadro, podendo comparar as descrições e assim, encontrar as semelhanças e diferenças entre as empresas. Além disso, permitiu que os resultados obtidos no gráfico pudessem ser questionados quanto a sua veracidade.

5.4 Análise dos dados

A análise dos dados é um dos aspectos menos explorados e um dos mais difíceis na realização de um estudo de caso, tendo em vista a grande quantidade de dados que se pode obter, por permitir diversos instrumentos de coleta, Yin (2001). O autor sugere que se deve ter uma estratégia analítica geral objetivando “tratar as evidências de uma maneira justa, produzir conclusões analíticas irrefutáveis e eliminar interpretações alternativas”. (p.133)

A estratégia analítica geral escolhida é a aquela baseada em proposições teóricas. Esta técnica baseia-se em proposições que refletem o conjunto de questões da pesquisa, as revisões na literatura sobre o assunto e as novas interpretações que possam surgir.

Assim, a proposição inicial da pesquisa foi “As empresas oferecem o Turismo Ecológico de acordo com os princípios de sustentabilidade?”. O método de análise principal é o de adequação ao padrão, que compara um padrão fundamentalmente empírico com outro de base prognóstica. Se os padrões coincidirem, os resultados reforçam a validade interna do estudo de caso (YIN, 2001).

Assim, as agências e/ou operadoras tiveram seus processos analisados, comparando-se o que foi identificado na pesquisa de campo com os princípios de sustentabilidade relacionados na Carta de Turismo Sustentável e na Declaração de Ecoturismo de Quebec. Estes foram compilados resultando nas seguintes proposições:

- a) Diminuição ou extinção dos impactos ambientais e culturais;
- b) Respeito à capacidade de carga de acordo com as características dos locais;
- c) Promoção da educação ambiental com os turistas e com os residentes;
- d) Contribuição para a preservação e conservação das unidades de conservação, apoiando a cobrança de taxas para visitação, para manutenção da área.
- e) As atividades ecoturísticas geram rendas diretas ou indiretas para a localidade, sendo distribuída de forma justa;
- f) O desenvolvimento das atividades proporciona geração de novos negócios e novos empregos diretos ou indiretos;
- g) As agências/operadoras promovem para seus funcionários e para a comunidade em geral capacitação na área do Ecoturismo e do turismo em geral;

- h) A localidade beneficia-se na melhoria de infra-estrutura básica e de lazer;
- i) O planejamento do desenvolvimento das atividades, como e onde elas devem e podem ser operadas, integra agentes públicos, privados e a comunidade local;

A análise quantitativa e qualitativa dos dados teve como guia as proposições citadas acima, permitindo um nivelamento das empresas quanto as suas adoções dos princípios do Ecoturismo, e, a identificação das questões que precisam ser melhores trabalhadas para garantir que as empresas operem atividades realmente sustentáveis.

6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A realização de entrevistas e a aplicação dos questionários proporcionaram a obtenção de muitas informações sobre as características estruturais das empresas, sobre as atividades operadas, e sobre o perfil e as opiniões dos turistas.

Os questionários possibilitaram uma análise quantitativa sendo representada através de gráficos. As entrevistas e as observações trouxeram dados qualitativos que auxiliaram na compreensão dos resultados obtidos nos gráficos

As respostas dos turistas possibilitaram o diagnóstico do perfil sócio-econômico dos mesmos, da postura que eles têm frente à conceituação e identificação do que é Ecoturismo, e de seu julgamento em relação ao conteúdo da atividade realizada. Ratificando as informações coletadas através das entrevistas e dos questionários respondidos junto às empresas.

6.1 Classificação das agências/operadoras estudadas

De acordo com Ceretta; Costa (1999) e Torres (1981), as empresas puderam ser classificadas conforme mostra a Figura 4:

| | GRAU DE OPERAÇÃO | |
|---|------------------------------|--|
| MERCADO DE ATUAÇÃO | ATACADISTA | VAREJISTA |
| Agência de Viagem e Turismo | | Empresa nº02 Empresa nº10 |
| Operadora | | Empresas nº4, nº6, nº9, nº13, nº14. |
| Agência de Viagem e Turismo e Operadora | Empresa nº12 Empresa nº11 | Empresas nº01, Empresas nº05. |

Figura 4: Classificação das empresas

Conforme observado na fundamentação teórica, existem vários tipos de empresas de ecoturismo, de acordo com os serviços que elas oferecem. Mas, geralmente elas abrangem mais um tipo de classificação, pois oferecem vários serviços operacionalizando diferentes atividades. Dentre as onze empresas estudadas, todas elas são *agencia de viajes y tour operadoras de ecoturismo*, pois oferecem diversas atividades ecoturísticas e assim incorporam as classificações empresas *de aventuras, de agroturismo, de turismo rural*, etc. Sendo que três delas também são *artesanía*, pois vendem artesanato local em suas instalações.

6.2 Filiação das empresas a órgãos específicos de Turismo e/ou Ecoturismo

Das onze empresas pesquisadas, apenas quatro são filiadas a Embratur e somente 2 são filiadas ao Instituto Brasileiro de Ecoturismo (IEB). A maioria disse não ser filiada a Embratur, em virtude de não ser uma agência segundo os moldes propostos pela Embratur, e, por ter custo que não trás retorno. O baixo índice de filiação ao IEB é resultado da pouca atuação do Instituto, ao longo do tempo, na região sul. Muitos proprietários disseram que quando o instituto foi fundado era atuante e realizava ações relacionadas ao Ecoturismo em

todo o Brasil. Depois se desorganizou, e concentrou sua atuação na região sudeste. Com isso, as empresas deixaram a filiação por não observarem benefícios. Algumas propostas surgiram para a formação de uma Associação de Ecoturismo na Ilha de Santa Catarina, mas acabaram não sendo desenvolvidas.

6.3 Características organizacionais identificadas nas agências/operadoras

- ✓ As empresas são micro ou de pequeno porte;
- ✓ Apenas duas possuem além da matriz, duas filiais.
- ✓ A média de atuação no mercado é de 5 anos. A mais recente tem 7 meses de existência, enquanto que a mais antiga atua a 14 anos;
- ✓ A quantidade de funcionários regulares é pouca, variando proporcionalmente de acordo com o porte da empresa e com os tipos de atividades e serviços que são oferecidos além do Ecoturismo. As empresas que possuem filiais apresentam o maior número de funcionários regulares. Uma delas possui 25 empregados. Enquanto que aquelas que atuam apenas como operadoras e oferecem apenas Ecoturismo, o(s) dono(s) é (são) a empresa.
- ✓ Todas as empresas, tanto as que são apenas agências de viagem e turismo, quanto as que são apenas operadoras trabalham com o processo de terceirização, seja de pessoal técnico, equipamentos, serviços de translados, e confecção das refeições.
- ✓ As agências operam outras atividades, para compensar a pouca demanda pelo Ecoturismo. Duas das empresas oferecem também turismo convencional (vendas de passagens, excursões, mercados tradicionais emissivos e receptivos); uma delas oferece organização de eventos; outra oferece traslado; quatro oferecem treinamento empresarial baseado em atividades na natureza; e, quatro delas oferecem cursos de esportes de aventuras.

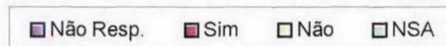
6.4 Interpretações e análises

Os gráficos referentes aos questionários aplicados às empresas e as respectivas análises dos resultados observados no gráfico, complementadas pelas informações obtidas com as entrevistas, as observações, e as opiniões dos turistas.

6.4.1 Definição e missão e políticas



Gráfico 1: Definição de políticas e programas



Este gráfico abrange as partes do planejamento estratégico que as empresas que estão envolvidas com o meio ambiente devem realizar. Segundo Vasconcelos; Pagnoncelli (2001), o planejamento estratégico consiste, na definição: do negócio no qual a empresa pretende atuar; de sua missão; dos princípios que nortearão sua conduta; da visão que a empresa tem para o futuro; na análise do ambiente para identificar as variáveis internas e externas; na formulação das estratégias competitivas; e, na definição dos planos de ação, na divulgação, implantação e no acompanhamento destes planos.

Fica constatado no gráfico, que todas as empresas definiram sua missão e política de sustentabilidade. Contudo, a maioria delas (oito empresas), não registraram essas definições e não divulgam aquilo no que acreditam reger suas ações. Mesmo não sendo formalizado e

difundido externamente, verificou-se que os empregados conhecem o planejamento definido pela empresa.

O fato das agências/operadoras serem micro ou pequenas empresas colabora para o entendimento do porquê delas não possuírem um planejamento estratégico completo, formalizado, definido e amplamente divulgado. Sabe-se que a formulação de planejamentos necessita dispêndio de tempo e imputa na elevação dos custos, o que na maioria das vezes não se encaixa nos orçamentos financeiros das pequenas empresas.

Além disso, não existe uma regulamentação definida para Ecoturismo. Isso permite que as empresas usem o rótulo de Ecoturismo para várias atividades e serviços que elas oferecem, mesmo que eles não abordem a tríade dos princípios de sustentabilidade.

Conforme dito anteriormente, todas as empresas estudadas oferecem outros produtos/serviços de turismo convencional, ou sob o rótulo de Ecoturismo, mas que não necessariamente cabem no seu conceito.

Com regras e padrões estabelecidos torna-se mais fácil às empresas planejarem suas ações e oferecerem produtos verdadeiramente ecoturísticos, uma vez que todos os agentes estarão integrados, voltados para o mesmo objetivo. O planejamento da operacionalização sustentável do turismo na natureza não é responsabilidade apenas das agências, visto que os impactos são atingem a localidade na área econômica, social ou ambiental.

Apesar de todas essas justificativas, é relevante apontar a falta de formulação de planos e políticas de sustentabilidade para a empresa, uma vez que é a base para um melhor desempenho empresarial. Bem, como a falta de articulação e incentivo na construção de um planejamento conjunto para as atividades.

6.4.2 Políticas e planos por fatores impactantes

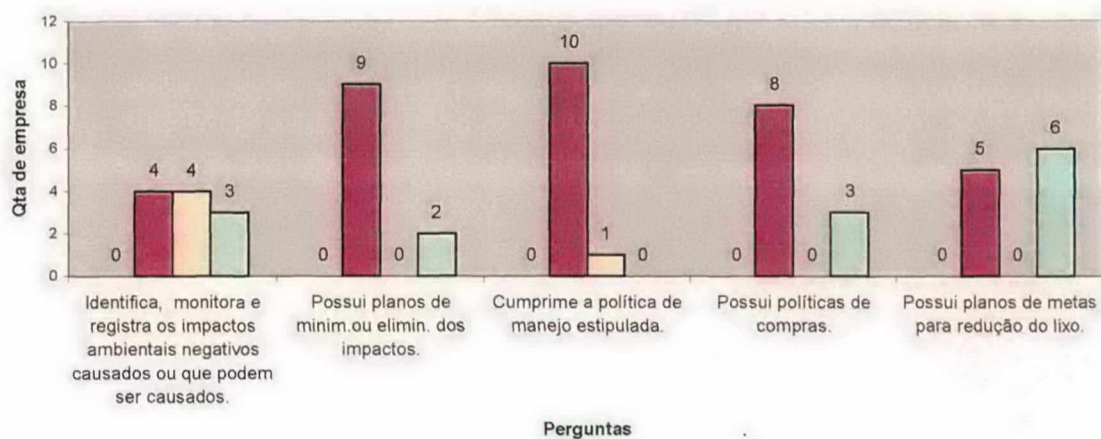


Gráfico 2: Políticas e planos por fatores impactantes

■ Não Resp. ■ Sim ■ Não ■ NSA

Planos e políticas relacionados com a minimização dos impactos no meio ambiente, existem. De acordo com o gráfico, não são todas as empresas que possuem escritos. No entanto, são repassados verbalmente, durante treinamentos e no decorrer das práticas, aos funcionários, segundo informações relatadas pelos funcionários.

Nenhuma empresa tem sua conduta baseada em guias ou manuais de conduta elaborados por órgãos especializados, como a Embratur, IEB, IETS (*The Ecotourism Society* – Associação dos USA), e outros órgãos estrangeiros mais experientes na área de Ecoturismo, como *Ecotourism Association of Australia*. Muitas disseram nem mesmo conhecer a disponibilização de tais normas por parte dos órgãos brasileiros e nem mesmo conhecer determinados órgãos estrangeiros vinculados à área. Certos proprietários disseram trazer conhecimento de cursos e eventos dos quais participaram, e da experiência prática para a formulação de seus próprios manuais de conduta.

Mesmo tendo suas próprias regras, observa-se que 90% das empresas cumprem as normas estipuladas para o manejo de atividade em determinados locais. A falta de

divulgação da legislação vigente a determinadas áreas faz com que muitas vezes as empresas nem saibam que estão infringindo a lei.

Apenas, duas empresas disseram que um plano de ação de mínimo impacto não se aplica a sua atividade. Resposta interessante, pois independentemente de apenas venderem e não operarem o Ecoturismo, a preocupação com o impacto ambiental ainda é necessária. Cabe a elas, reduzir o número de vendas de atividades para um determinado lugar num período de tempo, caso a capacidade de carga esteja sendo excedida e a região esteja sendo deteriorada. A preocupação e a responsabilidade sobre o impacto ambiental e cultural são pontos principais para a manutenção da sustentabilidade.

O lixo, um dos maiores problemas gerados pelo homem, não entrou na pauta de muitas empresas. Seis das onze agências/operadoras disseram que não se aplica aos seus negócios um plano de metas de redução de lixo. Isto deve ser revisado, pois apenas as empresas que atuam somente como agências é que poderiam dar esta resposta, referindo-se as atividades que são vendidas de forma terceirizada.

As outras empresas que atuam também como operadoras deveriam ter um plano referente à redução de lixo, pois o descaso frente a esse impacto trazido pelo acúmulo de dejetos começa a descaracterizar suas atividades como ecoturísticas. Afinal, não inclui a preocupação com o meio ambiente e nem com a comunidade da localidade explorada.

O gráfico demonstra que 8 das 3 organizações possuem uma política de compras. Esta também não é formalizada. É uma política resumida, baseando-se no consumo de produtos saudáveis e ambientalmente corretos. Principalmente em relação às refeições que as empresas oferecem, procura-se incluir alimentos naturais e sem agrotóxicos, bem como que sejam produzidos e vendidos na região. Contudo, quando há grandes deslocamentos, e as empresas oferecem lanches, estes são comprados na região de saída e não onde os turistas irão realizar suas atividades. Maiores detalhes sobre a política de compras poderão ser observados no gráfico 3.

Percebe-se que as políticas e planejamentos desenvolvidos pelas empresas são informais e estão baseadas nas crenças dos dirigentes sobre o que é melhor ou pior, certo ou errado, para a realização de uma atividade sustentável.

6.4.3 Políticas de compras para alimentos, impressos, e o envolvimento dos funcionários

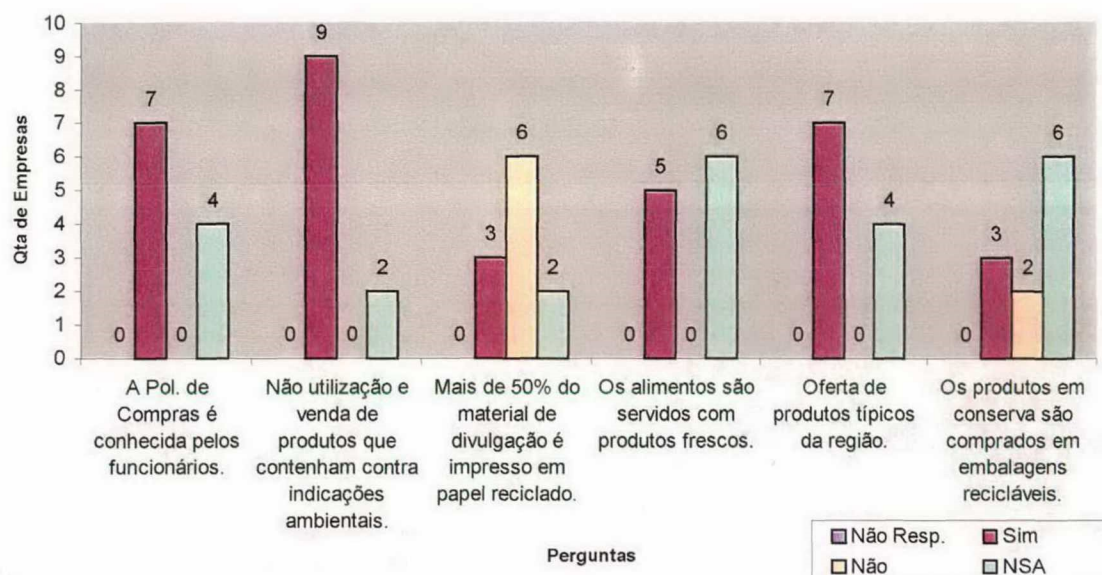


Gráfico 3: Política de Compras para alimentos, impressos, e o envolvimento dos funcionários.

De acordo com o Gráfico 2, oito empresas possuem uma política de compras. No entanto, pode ser observado no Gráfico 3, que em somente 7 das empresas estudadas a política de compras é conhecida pelos funcionários. Um fator que pode representar duas variáveis: nem todas as empresas possuem uma política de compras conforme elas responderam anteriormente; ou existe, mas ela não é aplicada.

A aquisição de qualquer tipo de produto necessário a operacionalização da atividade deve visar produtos sustentáveis e originados da localidade ou região mais próxima que esteja cedendo espaço para a realização das atividades. Sete das onze empresas disseram incentivar o consumo de produtos típicos, são 64%, um saldo positivo. O curioso é porque o restante considera que este fator não se aplica as suas atividades. Mesmo que trabalhe com terceirização, deveria fazer parte da sua política de sustentabilidade a parceria com operadoras que promovessem o consumo regional.

A questão da valorização típica e a responsabilidade por desenvolvê-la e preservá-la atinge duas pontas da tríade da sustentabilidade, o desenvolvimento social e o econômico

local. Assim, as empresas não podem dizer que operam atividades de ecoturismo, se não estão preocupadas com esta questão.

Em relação a utilização de papéis reciclados na confecção de material promocional, três empresas indicaram que mais de 60% do seu material promocional é impresso neste tipo de papel. Contudo, isto não foi observado, em nenhuma empresa. Durante o contato com as agências, em nenhum momento viu-se um papel reciclado sequer em forma de folder, cartaz, cartões de visita, promovendo a empresa.

A questão da não utilização de material reciclado pode ser justificada pelo fato de ser mais caro que o papel comum. Só não têm fundamento as respostas irreais fornecidas.

Como as agências são empresas pequenas, pode-se considerar a não adoção pelo aumento nos custos que as empresas iriam ter o que desencadearia um aumento no preço das atividades de ecoturismo. Diminuindo a demanda.

Nem todos os ecoturistas brasileiros têm condições de arcar com os impactos que as atividades podem causar. Muitos turistas procuram empresas que sejam abordem todas as questões de sustentabilidade na sua operacionalização, porém muitos não possuem condições financeiras para isso. Sabe-se que hoje em dia, adotar princípios sustentáveis é simples em algumas áreas, mas complicados e caros em outras.

O alto índice de respostas “não se aplica” nas questões referentes à compra de produtos em conserva em embalagens recicláveis e servir produtos frescos, reflete novamente a transferência de responsabilidade, que as empresas insistem em realizar. Desconsiderando que são co-responsáveis por comprarem de fornecedores ou agências que adotem métodos não sustentáveis de trabalho.

6.4.4 Características dos produtos para limpeza, e para uso dos hóspedes - cosméticos

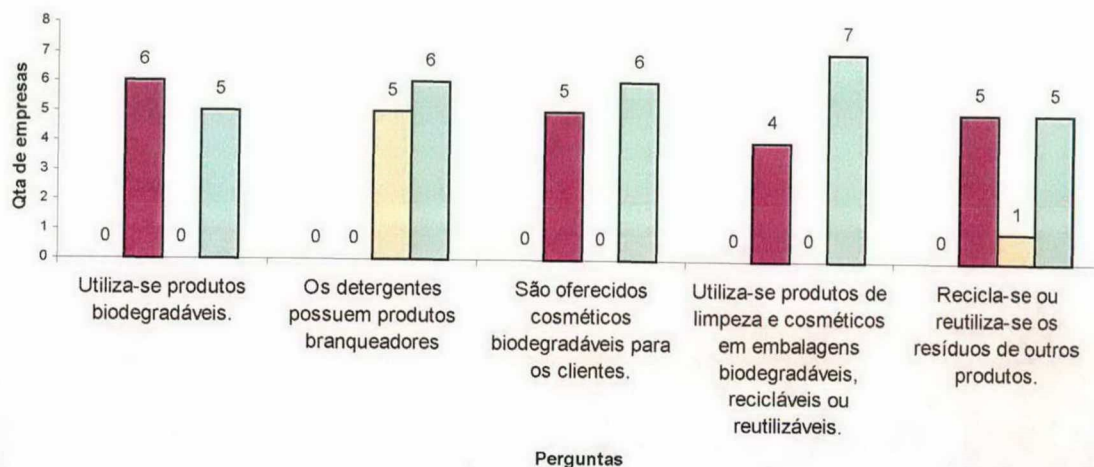


Gráfico 4: Características dos produtos para limpeza e de cosméticos

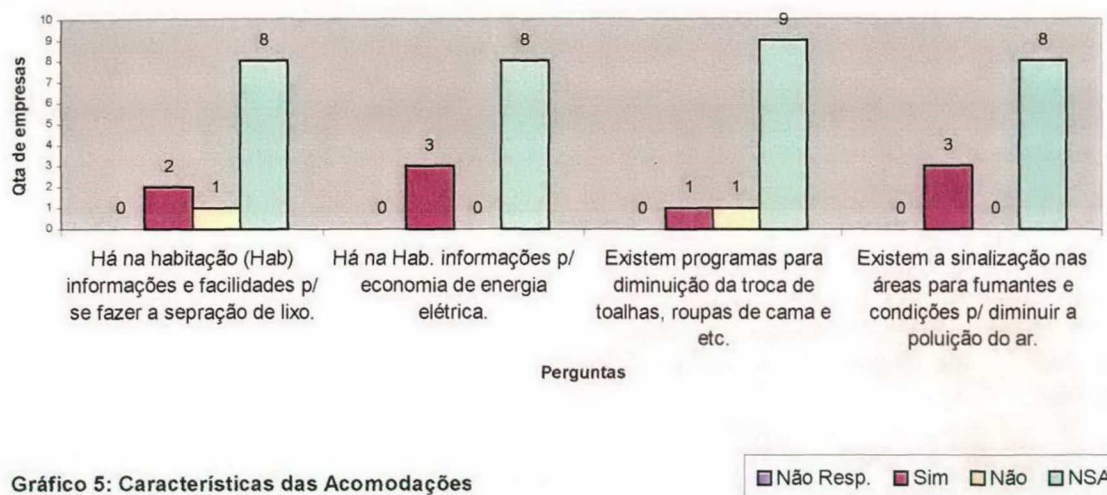
■ Não Resp. ■ Sim □ Não □ NSA

Na mesma justificativa de terceirização e omissão de responsabilidade solidária, este gráfico apresenta um alto índice de respostas “não se aplicam”. De um modo geral, as empresas não utilizam produtos que não sejam biodegradáveis, para limpeza das agências e de equipamentos, ou em cosméticos, como xampu e sabonetes, oferecidos aos clientes.

O fato de mais da metade das empresas omitirem-se em relação a utilização destes produtos, não corrobora com a preocupação ambiental demonstrada em suas políticas de sustentabilidade e redução de impactos demonstradas nos Gráficos 1 e 2.

Outro ponto não confirmado foi a afirmação feita por 5 agências referente a reciclagem ou reutilização dos resíduos gerados pelos produtos. Durante as entrevistas e mesmo durante as observações, não foi apresentado ou visto qualquer técnica de reciclagem ou reutilização dos resíduos. Com isso observa-se que muitas vezes a teoria difere-se da prática.

6.4.5 Características das acomodações



Referindo-se a hospedagem, apenas duas empresas oferecem acomodações próprias, uma delas oferece chalés, enquanto a outra possui uma espécie de pousada na região onde fica a matriz da agência (fora da área abordada pela pesquisa).

Assim, apenas elas puderam responder as perguntas acima, justificando a resposta das outras oito empresas como “não aplicáveis”, ou os únicos dois “não” que estão referindo-se aos parceiros da empresa que os respondeu.

Entretanto, mais uma vez, cabe avaliar a falta de integração entre os agentes do turismo. Hotéis, pousadas, chalés, albergues e quartos alugados por nativos são necessários para a complementaridade da oferta das atividades ecoturísticas, pois geram rendas e empregos, além de incentivarem a abertura de negócios. A única exigência é que eles funcionem de acordo com os princípios sustentáveis.

Uma das empresas entrevistadas relatou que seu trabalho com Ecoturismo na Ilha de Santa Catarina ainda é incipiente, porque faltam parceiros profissionais que queiram atuar dentro dos princípios do Ecoturismo. Por isso, optaram por não ofertar determinados tipos de atividades.

6.4.6 Capacitação dos funcionários

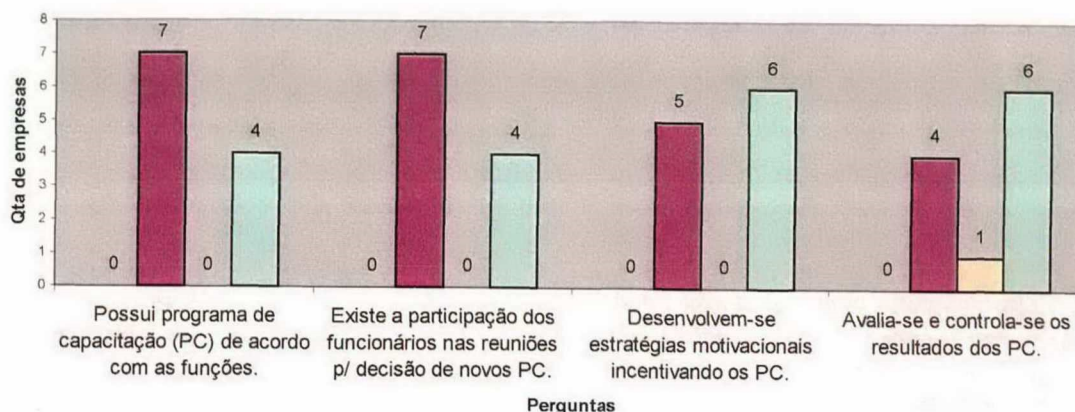


Gráfico 6: Capacitação de Funcionários

■ Não Resp. ■ Sim □ Não □ NSA

A capacitação dos funcionários deveria ser adotada por 100% das empresas, pois segundo especialistas, é de suma importância ter funcionários bem preparados para exercer suas funções. Assim, as organizações podem oferecer serviços de qualidade e conquistar os clientes.

Nas agências de ecoturismo os funcionários devem ser habilitados aprendendo, sobre as técnicas das atividades e de primeiros socorros; sobre o ambiente natural (fauna e flora) e cultural (história, tradições, costumes) da localidade; como promover a educação ambiental junto aos turistas; e, formas de conduta no atendimento dos clientes e manejo de grupos. Por isso todas as empresas que possuem funcionários deveriam ter programas de capacitação.

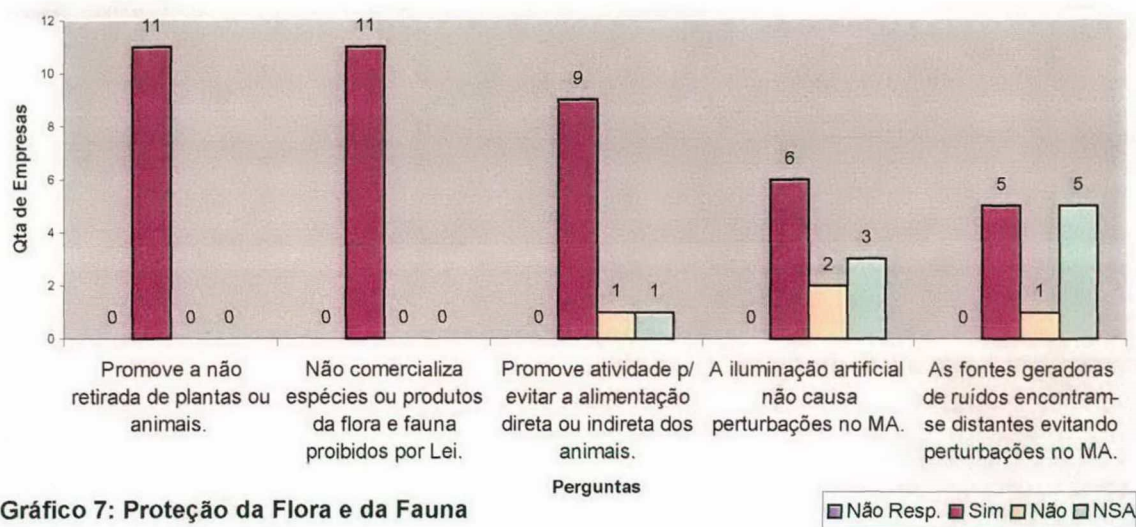
Sete das 11 empresas possuem um programa de capacitação, mas não formalizados. Principalmente para a função de guias, os funcionários chegam a ficar até um ano em treinamento antes de estarem aptos a conduzir grupos sozinhos. Aquelas que responderam não ser um programa de capacitação aplicável a elas, decorre em função de dois fatores: (1) não possuem funcionários guias, estes são terceirizados; (2) seus funcionários administrativos não foram levados em consideração, para um programa de capacitação – uma falha e tanto.

Já que estas empresas não possuem programas de capacitação, as mesmas não podem ter reuniões para decidir quais e como serão realizados os novos programas, o que foi confirmado na análise da segunda pergunta.

No entanto, etapas como, desenvolvimento de estratégias de motivação, avaliação e controle dos resultados, importantes para a eficácia de um programa de capacitação não acontecem em duas das empresas que afirmaram realizá-los. Através das entrevistas percebeu-se que isso se justifica em função de serem empresas pequenas com poucos funcionários; quando os funcionários trabalham em uma agência de Ecoturismo já possuem alguma motivação intrínseca, a de conseguir conciliar o “útil ao agradável”: estarem em contato com a natureza e serem pagos para isto. E, a informalidade permite a identificação dos resultados do programa de capacitação, bem como a necessidade de aperfeiçoamento do pessoal.

A capacitação pessoal faz parte do desenvolvimento social da localidade, pois permite a transmissão de conhecimentos na população, incentivando a formação de novas idéias e incitando as pessoas a questionarem e buscarem soluções para a região. Por isso, todas as empresas que desejam ser sustentáveis, devem importar-se com o desenvolvimento de seus funcionários.

6.4.7 Proteção da flora e da fauna



Através do gráfico, visualiza-se a forte atuação das empresas na proteção da fauna e flora local. Orientam os turistas para não retirarem plantas ou animais dos locais e nem comercializam espécies ou produtos ilegais. A proteção e a educação ambiental são dois fatores chaves para a prática sustentável do turismo na natureza.

Somente uma agência disse não cuidar para que os turistas dêem alimentos aos animais. Talvez isto possa ser irrelevante para a empresa – dentro de seus códigos de conduta essa questão não é colocada, por exemplo. Outra agência, entretanto respondeu que este tipo de cuidado não se aplica aos serviços que ela oferece. Não faz muito sentido, a não ser que suas atividades sejam oferecidas em ambientes naturais sem a presença de nenhum animal; o esteja transferindo a responsabilidade.

Observando as questões de luminosidade e ruído, pode-se calcular uma média e dizer que a metade das empresas pesquisadas respondeu não incomodar ou alterar o ambiente. Porém, as que responderam que prejudicam, foram mais realistas lembrando que um grupo falando alto num ambiente natural intocado incomoda animais, ou em relação ao barulho dos barcos tão próximos dos animais marinhos, mesmo que não se identifique momentaneamente.

Além disso, atividade como mergulho noturno, espeleologia, estudos científicos pedem luminosidades artificiais, incomodando o ambiente e caso seja muito intensa e freqüente pode alterá-lo.

Assim, a legislação deve ser observada e o bom senso deve ser utilizado.

As empresas que responderam não serem questões aplicáveis a elas, não se justificam, pois uma vez que elas não respeitem limites de carga suficientes, vendendo mais roteiros do que o lugar comporta, podem estar proporcionando excessos a um ambiente. E aqui, mais uma vez entra a questão da responsabilidade de toda a cadeia que interaje com a realização da atividade.

6.4.8 Manejo do lixo

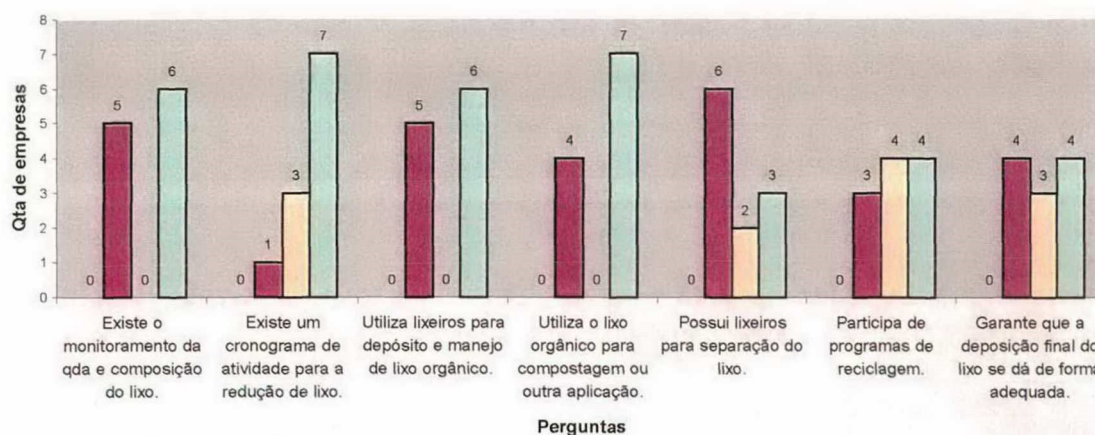


Gráfico 8: Manejo do Lixo

■ Não Resp. ■ Sim ■ Não ■ NSA

A geração de lixo é um dos maiores problemas enfrentados pelo homem hoje em dia. O país produz 240 mil toneladas de lixo por dia; do lixo produzido 76% vai para lixões, 23% para aterros, 0,9% para usinas, e 0,1% é incinerado; e, apenas papel compõe 25% do lixo. (www.turmadobem.com.br)

Assim, observa-se a importância a gestão do lixo em qualquer empresa. Por isso, não há como ser “não aplicável” a uma agência, os programas de redução ou monitoramento de lixo. A omissão por partes da empresa referente a uma política de redução foi confirmada e corroborada pela negligência em achar que a gestão do lixo, que elas e seus clientes produzem não é de sua responsabilidade. Apesar de 5 as agências realizarem o monitoramento, este é feito informalmente, sem registros e avaliações.

Talvez, o fato de algumas empresas trabalharem com a terceirização, permite a elas o pensamento da transferência dessa responsabilidade para outrem. O porte de cada empresa também auxilia o tipo de programa e coleta de lixo que a agência adota, pois se sabe que acarreta em custos de investimentos que não trazem retorno monetário num primeiro momento.

O alto índice de respostas “não se aplica” pode ser também interpretado em função de as empresas não terem os programas, e colocarem que não se aplica para não parecerem tão omissas quanto a esta questão.

A atitude mais tomada pelas empresas quanto ao manejo do lixo, conforme pode ser observado, é realizar a separação do mesmo, educando os clientes através do oferecimento de lixeiras separadas para cada tipo de resíduo. Isto já é um bom começo. Porém, garantir que o lixo será adequadamente destinado é complicado, pois são recolhidos por empresas diferentes de acordo com o tipo de lixo, bem como por pessoas carentes.

Somente as quatro empresas que utilizam o seu lixo orgânico em um programa de compostagem é que podem garantir o destino adequado para este tipo de lixo. Os outros, podem ser levados tanto para lixões ou incinerações poluidoras, como serem destinados corretamente.

O manejo adequado dos resíduos abrange os três fatores base da sustentabilidade, preserva o meio ambiente, e educa a população e os visitantes, e gera empregos nas indústrias de reciclagem.

6.4.9 Manejo de grupos

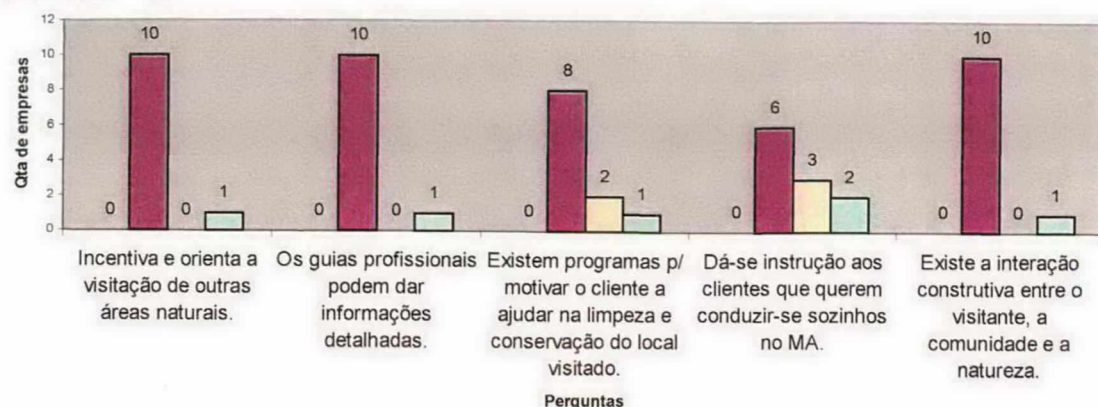


Gráfico 9: Manejo de grupos

■ Não Resp. ■ Sim □ Não □ NSA

O manejo de grupos deve promover o relacionamento social e estimular o interesse do grupo pela região. As questões para preservação e conduta na localidade devem ser fornecidas de acordo com as características de cada grupo.

Nas quatro perguntas onde aparece apenas uma empresa revelando que tais questões a ela não se aplicam, decorre em função dela apenas vender os produtos de outras agências, não tendo contato o visitante durante a operação da atividade em si.

Quanto a outra empresa que afirma que a passagem de conhecimento ao turista para ele conduzir-se sozinho não se aplica a ela, confirma-se pela não disponibilização de informações aos turistas para eles mesmos guiarem-se. Acredita que as atividades devam ser sempre realizadas com um guia local. Esta justificativa cabe as outras três empresas que disseram, não fornecer informações aos turistas para realizarem, sozinhos, as atividades.

A confirmação de que há treinamento de pessoal nas agências, conforme o gráfico 6, confirma-se na questão dois deste gráfico que mostra a quantidade de dez empresas a possuírem guias capacitados para dar informações detalhadas aos clientes.

Durante as observações realizadas, identificou-se que muitos desses profissionais são terceirizados, como biólogos, geólogos e guias de esportes de aventura. Como já dito,

em função da pequena estrutura organizacional da empresa, e da possibilidade de contratar profissionais especializados em áreas diferentes, de acordo com o ambiente natural visitado.

A promoção da interação entre comunidade, visitante e meio ambiente é essencial para a efetiva realização do Ecoturismo. Nesta questão praticamente todas as empresas afirmaram que promovem essa interação, porém como podem isto dizer, se dizem não ser aplicável a elas questões como monitoramento de impactos, manejo adequado do lixo, e não oferta hospedagens sustentáveis para os clientes? A interação com a comunidade e meio ambiente deve ser completa: além de trazer benefícios econômicos para todos, deve trazer benefícios sociais e ambientais. Essa interação deve ser de longo prazo.

6.4.10 Divulgação da localidade aos clientes

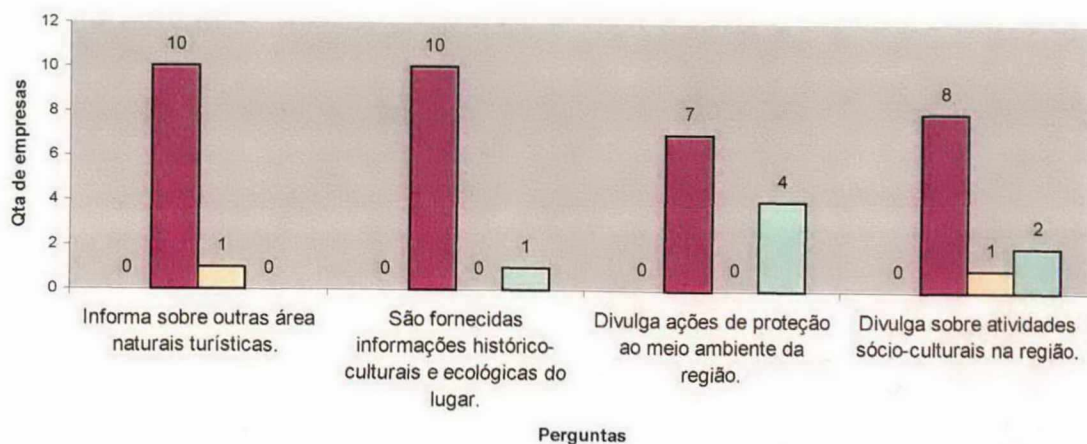


Gráfico 10: Divulgação da localidade aos clientes

■ Não Resp. ■ Sim ■ Não ■ NSA

Através deste gráfico percebe-se que, praticamente todas as agências fornecem informações sobre a área que está sendo visitada, bem como de outras áreas naturais para possíveis visitas.

No entanto, a divulgação de atividades desenvolvidas na região por outros órgãos (ONG's, instituições públicas, e iniciativa privada) não é efetuada por todas as empresas. Apenas 8 agências disseram divulgar informações sobre atividades sócio-culturais desenvolvidas na região; e 7 disponibilizarem informações sobre ações de proteção ao meio ambiente.

Isso demonstra a falta de sincronia e parceria com outros agentes que ao realizarem ações ambientais, culturais ou sociais podem contribuir em muito para a melhoria da qualidade do lugar, refletindo diretamente para a indústria do turismo.

Tendo um quadro relativamente pequeno de agências que operam o ecoturismo, a integração entre elas e os agentes locais deveria ser total. Elas unindo-se teriam forte poder de articulação e assim poderiam formar grandes parcerias com agentes locais.

Nesta situação, percebe-se que a interação demonstrada no gráfico anterior pode ser de certa forma questionada.

6.4.11 Disponibilização de formulários para críticas ou sugestões

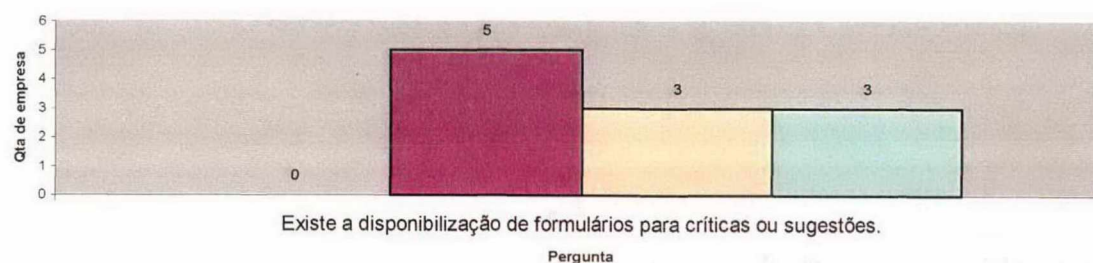


Gráfico 11: Presença de formulários para críticas ou sugestões

■ Não Resp. ■ Sim ■ Não ■ NSA

A satisfação das necessidades do consumidor é o principal objetivo de qualquer empresa. Para identificar o grau de satisfação dos clientes, diversas empresas possuem *call centers*, caixinhas de sugestões, canais de comunicação via internet, etc. Tudo isso para saber o que o cliente pensa da empresa e do serviço que ele utilizou.

Observa-se que 3 empresas de Ecoturismo ainda não se deram conta dos benefícios que as opiniões dos clientes podem trazer. Pior ainda, é identificar que a mesma quantidade pense que isto não se aplica ao seu negócio.

Elas afirmaram não ser aplicável esta questão a elas, podem justificar-se dizendo que vendem apenas produtos de outras empresas e por isso as outras é que devem preocupar-se com a satisfação do cliente. Entretanto, esqueceram que se a outra empresa contratada não atender as expectativas do cliente eles não voltaram para aquela que lhe vendeu o roteiro. Pois, não está interessado se a atividade foi terceirizada ou não, ele quer é vivenciar a atividade conforme combinado.

De acordo com a literatura, os ecoturistas são em média maiores de 25 anos, possuem curso superior completo e são da classe média e classe média alta. As respostas obtidas nos questionários aplicados aos turistas das agências confirmaram o que está na literatura. Ou seja, são pessoas que tem um nível crítico alto, e não gostam de se sentir

enganados. Daí a necessidade de saber a opinião do cliente para que as atividades possam ser melhoradas e o cliente não se perca o cliente.

A avaliação dos turistas não precisa ser solicitada apenas pela agência que o atendeu. Órgãos públicos e ONG's podem realizar entrevistas e aplicar questionários aleatoriamente. A opinião dos clientes colabora para verificar se as empresas estão cumprindo o que realmente dizem. Assim, denúncias e novas propostas de mudanças no planejamento das atividades de melhorias podem ser lançadas.

6.4.12 Apoio e utilização da mão de obra local

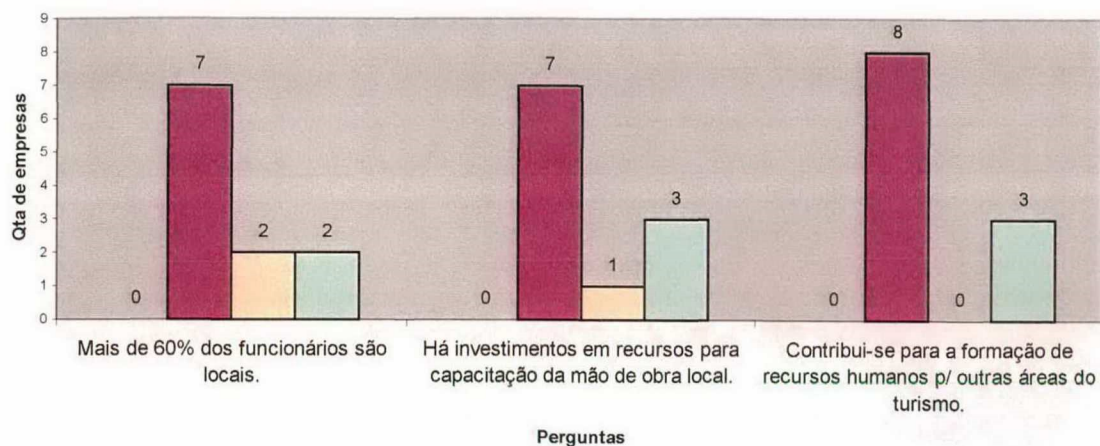


Gráfico 12: Apoio e utilização da mão de obra local

■ Não Resp. ■ Sim ■ Não ■ NSA

Uma das premissas básicas do Ecoturismo é a promoção do desenvolvimento social da região através da realização das atividades. Segundo o gráfico, a prática do Ecoturismo está trazendo benefícios a população local visto que há geração de empregos, investimentos em capacitação e contribuição para o desenvolvimento de outras áreas.

Tanto na região de Santo Amaro quanto na Ilha de Santa Catarina foi observado a geração de empregos, não necessariamente diretos, mas principalmente na formação de pessoal autônomo para a prestação de serviços às agências. Por isso, a terceirização está tão presente neste mercado.

Na análise do Gráfico 6 “Capacitação dos funcionários”, foi abordada a preferência das empresas em contratar pessoas das próprias localidades para auxiliarem na operação das atividades. Comprovando que existe a geração de empregos na comunidade.

Algumas empresas esquivaram-se da responsabilidade da geração de emprego local, direto ou indireto. Em relação a primeira questão, houve duas repostas negativas e duas “NSA”, que justifica-se por ter cada empresa apenas um funcionário: o proprietário, e ele não ser da região.

No entanto, o alto índice de contratação de pessoal autônomo, deveria refletir os níveis de investimentos em capacitação e formação de pessoal na área do turismo. Isto não

é observado no gráfico, ao identificarmos que três empresas não se sentem responsáveis em promover ou contribuir para projetos de capacitação e formação de pessoal da própria região.

Por este fator as empresas podem não ser consideradas como ideais para operarem numa região. Querem contratar mão de obra local, mas não estão dispostas a colaborar para sua formação, deixando a cargo dos órgãos públicos.

O apoio técnico e/ou financeiro a projetos de ONG's e órgãos públicos pode ser uma maneira de contribuir para a formação de mão de obra especializada.

6.4.13 Incentivos aos produtos locais

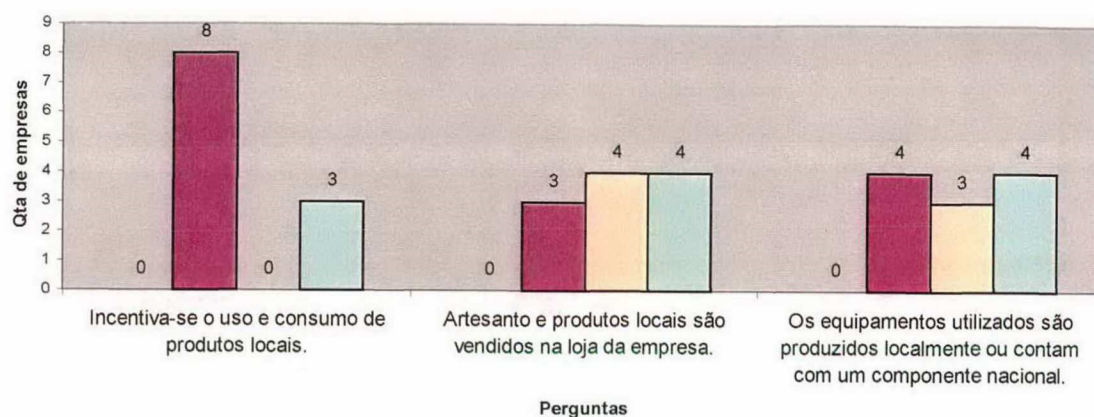


Gráfico 13: Benefícios Indiretos

■ Não respondeu ■ Sim □ Não □ Não se aplica

Neste último gráfico pode-se perceber que oito agências incentivam o uso e consumo de produtos. Isto é confirmado no Gráfico 5 que se refere a política de compras.

Contudo, apenas três empresas vendem artesanatos e produtos locais em suas lojas. Este baixo índice justifica-se porque apenas essas possuem lugares de comercialização de objetos. Todas as outras oito empresas não possuem área de comércio.

Os dados obtidos para a análise da preferência dada pelas empresas para a utilização de equipamentos nacionais são curiosos. Coincidentemente, as onze empresas tiveram proporções de respostas idênticas. Do total, um terço utiliza equipamentos nacionais, um terço utiliza equipamentos internacionais, e um terço diz que esta questão não se aplica as suas atividades. Estas últimas empresas alugam equipamentos ou terceirizam os guias que já trazem seus próprios apetrechos. Cabe aqui verificar se essas agências dão preferência para o aluguel e para guias que utilizem equipamentos nacionais.

O resultado das análises quantitativas e qualitativas pode ser visto através da Figura 5. Onde se relacionou os critérios de sustentabilidade à uma escala que demonstra a adoção desses critérios, pelas empresas estudadas na sua operacionalização. Permitindo ao

final a verificação de quais fatores precisam ser trabalhados junto às agências para que o Ecoturismo seja desenvolvido de forma plenamente sustentável na Ilha de Santa Catarina e na região de Santo Amaro da Imperatriz.

| Grau de adoção / Critérios de sustentabilidade | Nenhum | Baixo | Médio | Elevado | Muito Elevado |
|--|--------|-------|-------|---------|---------------|
| Preocupação em anular ou minimizar os impactos | | | X | | |
| Respeito a capacidade de carga de acordo com as características locais | | | X | | |
| Promoção da ed. Ambiental com os turistas e com os residentes | | X | | | |
| Existe a geração de renda direta ou indireta para a localidade, sendo distribuída de forma justa | | | X | | |
| Promoção e incentivo para a geração de novos negócios e novos empregos diretos ou indiretos | | X | | | |
| Realização de programas de capacitação para funcionários das agências | | | X | | |
| Realização de programas de capacitação na para a comunidade em geral | | X | | | |
| Melhorias na infra-estrutura básica e para o lazer, na localidade | | X | | | |
| O planejamento do desenvolvimento das atividades acontece de forma integrada | X | | | | |

Figura 5: Grau de adoção dos princípios de sustentabilidade pelas agências/operadoras de Ecoturismo

7 CONCLUSÃO

O turismo deve ser promovido através da prática de atividades sustentáveis, pois dessa forma contribui para o desenvolvimento econômico, social e natural da região. Ironicamente, países em desenvolvimento são os que mais necessitam, não obstante os que possuem menor grau de adoção dos critérios de sustentabilidade, e o Brasil não foge a tal realidade.

Berço de um potencial inigualável em termos de recursos e belezas naturais, o Brasil vem oferecendo ainda que de forma incipiente o Turismo Ecológico como uma alternativa ao turismo tradicional. Entretanto, o crescimento desordenado de tal setor de atividade poderá não só restringir o positivo impacto econômico de uma atividade emergente, como também gerar consequências sociais e naturais irreparáveis.

Este estudo, portanto, representou uma tentativa ainda que modesta em diagnosticar as práticas de um grupo de empresas fomentadoras de Ecoturismo numa determinada região do litoral catarinense, procurando contrastar tais práticas com os critérios básicos de sustentabilidade estabelecidos por organismos ambientais internacionais. Após coleta, tratamento e a análise das informações, pôde-se traçar um mapeamento descritivo e comparativo das empresas que operam o Ecoturismo na Ilha de Santa Catarina e em Santo Amaro da Imperatriz. O conhecimento do mercado do Ecoturismo, as características estruturais das empresas e as relações existentes entre elas e os seus *stakeholders* auxiliaram no entendimento de algumas atitudes e condutas na forma de operacionalização da atividade.

A Ilha de Santa Catarina e a cidade de Santo Amaro da Imperatriz possuem lugares privilegiados para a realização do Ecoturismo. Foi constatado que diversas agências estão desenvolvendo esta atividade nessas regiões. Cada uma opera de acordo com aquilo que seus representantes (os donos) acreditam ser princípios sustentáveis, tendo como base suas

crenças, experiências e alguns cursos realizados. Sendo que esses princípios são adaptados de acordo com a conjuntura atual do mercado.

A identificação das empresas que operam o Ecoturismo e a definição de critérios de sustentabilidade para as suas ações, independentemente das características mercadológicas das regiões, permitiram a avaliação da atuação de cada agência identificando a presença desses critérios nas atividades desenvolvidas.

De acordo com a análise dos gráficos e respectiva síntese proposta na Figura 4, conclui-se este trabalho ressaltando algumas características fundamentais do setor no que diz respeito ao planejamento, integração e marketing, bem como aspectos ambientais, culturais e econômicos. Primeiramente, as atividades são operadas sem nenhum planejamento integrado entre os diversos agentes (comunidade, comércio, órgãos públicos, ONG's) que influenciam ou são atingidos pela realização das práticas turísticas. A maior parte das atividades é realizada em áreas de preservação que são administradas por órgãos públicos. Estes deveriam ser os mais interessados na regularização das atividades, para evitar a degradação e poder arrecadar taxas para reinvestimentos na própria área. Segundo os entrevistados, a falta de incentivo e apoio a reuniões de discussão junto às empresas e comunidade é um dos fatores que colaboram para a ausência de planejamento, e a utilização de parques e reservas sem um controle público ou geração de rendas.

A falta de integração entre as empresas também foi observada. Apesar de haver uma terceirização de alguns serviços entre elas, não existe uma cooperação mútua em estabelecer normas de conduta e limites de capacidades em conjunto. Observa-se a necessidade da criação de uma associação para a formulação de planejamentos, buscando interação com os outros agentes e a disseminação de princípios sustentáveis para as atividades turísticas.

Não é apenas a falta de integração, mas igualmente problemas de identificação de demanda e ações promocionais coordenadas parecem também prejudicar o setor. Por exemplo, o ecoturismo é considerado por muitos como atividade sazonal em função do clima; as empresas ressaltaram a baixa demanda de turistas em função da época do inverno. Seu maior desenvolvimento acontece no verão, em virtude dos turistas de verão que viajam para a Ilha de Santa Catarina e Santo Amaro da Imperatriz. Nota-se, entretanto, que forte potencial de demanda neste setor não é necessariamente composta de turistas sazonais.

Algumas empresas já perceberam isso e lançaram alguns pacotes em outros estados, enquanto que outras esperam pelos turistas de verão ou direcionam suas forças para o turismo convencional.

A falta de estrutura e integração promocional é também evidente. Quando ao se procurar no “Guia Quatro Rodas – Terra de Turismo Ecológico no Brasil”, por exemplo, na Ilha de Santa Catarina é descrita apenas para a realização de *trekking*, e Santo Amaro da Imperatriz não é referenciada para nenhuma atividade.

Os impactos ambientais e culturais são os mais visíveis reflexos de que, apesar de todas as empresas cuidarem para reduzi-los, a capacidade de carga não é levada em consideração na maior parte das atividades de ecoturismo oferecidas. As agências não possuem estudos ou regulamentações que definam a capacidade para as áreas (por exemplo: o número de pessoas que podem caminhar por uma determinada trilha num dia; a quantidades de botes que podem ser lançados no rio numa semana). O número de pessoas nos grupos varia de acordo com o que a empresa definiu ser adequado; o preço estipulado; e, o perfil do turista. Quanto mais próximo do perfil identificado na literatura, menores são os grupos e mais caras as atividades. Quando operam com jovens e crianças, por exemplo: a realização de trilhas para educação ambiental em parceria com escolas, o grupo é bem maior (30 pessoas no mínimo) e o preço diminui. Uma vez lidando com pessoas de classe média, formadas e interessadas em vivenciar intensamente à área, os grupos são menores e o valor aumenta.

A educação ambiental oferecida aos turistas acontece antes ou durante as atividades depende de qual tipo está sendo realizada. A carga de informações e o cuidado para que os turistas cumpram o que foi definido, varia de acordo com o perfil do grupo. As empresas criaram mecanismos para que os turistas adotassem condutas preservacionistas, reduzindo assim, os impactos no ambiente. Constatou-se uma criativa inovação, a distribuição de portas bitucas de cigarros para cada fumante.

Referente aos aspectos econômicos, a geração de rendas diretas ou indiretas para a economia local foi constatada, apesar de não haver uma distribuição equitativa. Não em virtude de sentimentos como ganância, penso eu, mas pela falta de integração entre os agentes que trabalham direta ou indiretamente com a realização das atividades.

Tendo em vista o predomínio da terceirização no Ecoturismo, observou-se que existe a geração de empregos, a maioria indiretos, e a formação de novos negócios. Translados, alugueis de equipamentos, desenvolvimento de profissionais especializados em *trekkings* e outros esportes radicais, construção de hospedagens, abertura de lojas de artesanato e de restaurantes típicos e etc são exemplos dos benefícios sociais e econômicos gerados pelo desenvolvimento do Ecoturismo nas regiões estudadas. Contudo, esses novos empreendimentos não são, necessariamente, ambientalmente corretos, ou estão preocupados com a sustentabilidade das atividades turísticas. Cabe aqui um segundo estudo de caso.

Apesar do estímulo ao empreendedorismo e a geração de empregos indiretos através da terceirização, verificou-se a ausência de articulações com outros agentes, principalmente com órgãos públicos e ONG's, para a realização de cursos e palestras na área do ecoturismo e do turismo em geral. O que demonstra mais uma vez, a falta de integração e falhas nos princípios de sustentabilidade das agências.

Ter um negócio sustentável pressupõe uma visão de médio a longo prazo e requer considerável investimento inicial. Implica na adoção de tecnologias limpas e educação ambiental. Por isso a necessidade de créditos especiais por parte dos bancos de fomento para que sejam investidos em negócios ecologicamente corretos evitando impactos no meio ambiente. E assim, todos os agentes podem colaborar para a sustentabilidade do turismo. Gerando rendas hoje, mas preservando o amanhã.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verifica-se, portanto, que as agências e operadoras de Ecoturismo, da Ilha de Santa Catarina e de Santo Amaro da Imperatriz, atuam sustentavelmente até certo ponto. Suas atividades estão condicionadas a fatores de demanda, excedendo os limites de utilização de algumas áreas para poderem garantir sua sobrevivência no mercado. A falta de integração e a ausência de um planejamento não favorecem o desenvolvimento dessas regiões de forma profissional. Trabalhando em parceria poderiam transformar estas regiões em pólos ecoturísticos conhecidos nacionalmente. A formação de uma associação entre as agências ajudaria na representatividade do setor ao pedir apoios financeiros e regulatórios aos órgãos públicos, privados e ONG's, bem como a exigir que os outros atores ligados ao turismo utilizassem os princípios de sustentabilidade nas suas atividades. Além de poderem realizar um planejamento estratégico em conjunto para as regiões tornando mais eficaz os resultados pretendidos, do que se agissem individualmente.

A identificação de que o Ecoturismo está sendo desenvolvido de forma desestruturada, confirmando não ser uma atividade sustentável na sua totalidade foi realizado. No entanto, muitas proposições podem ser sugeridas para pesquisas futuras no intuito de aumentar o conhecimento e proporcionar soluções para ter-se finalmente todos os benefícios do desenvolvimento do Ecoturismo. A definição de processos para adequação das empresas a critérios de sustentabilidade, a formulação de planejamentos integrados para as regiões, e, a criação de uma organização representativa para esse novo conceito de turismo na natureza, estratégias de marketing integrado, são alguns dessas proposições.

REFERÊNCIAS

1. BECKER, Howards S. Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais. 4ed. São Paulo:Hucitec, 1999.
2. BRUYNE, Paul; HERMAN, Jacques; SCHOUTHEETE, Marc. Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais: Os polos da prática metodológica. 2ed. Rio de Janeiro: 1982.
3. Declaração de Ecoturismo de Quebec. Documento revisto e aprovado pelo Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas e pela Organização Mundial do Turismo em 10 de junho de 2002.
4. MORETTO NETO, Luis. Diagnóstico básico de Santa Catarina: oportunidades de negócios. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, FEPESE, Curso de Administração, Técnica em Turismo, 1996.
5. CERETTA, Fabiano; COSTA, Luciano (orgs). Legislação Aplicada ao Ramo das Agências de Turismo. Florianópolis, 1999.
6. LINDBERG, Kreg e HAWKINS, Donald E. Ecoturismo um guia para planejamento e gestão. São Paulo: Senac, 2001. 3 ed.
7. The Environmental Journal. LISA, Jones. Ecoturismo: Can it Save the World. p. 51-56.
8. EMBRATUR. Manual Operacional de Ecoturismo. Rio de Janeiro: Embratur, 1992.
9. MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing: metodologia e planejamento. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999. vol.1
10. REVISTA Problemas Brasileiros. São Paulo, mai/jun. 96. nº 315, p.38-43

11. NEIL, John e WEARING, Stephen. Ecoturismo: impactos, potencialidades e possibilidades. São Paulo: Ed. Manole, 2001.
12. NIEFER, I; Silva, J. C. L. G. da. Critérios para um ecoturismo ambientalmente saudável. Cadernos da Biodiversidade, jul/99, p.53-61. v.2, nº1.
13. PIRES, Bely Clemente Camacho. Gestão em agências de Ecoturismo e sua inserção no contexto da sustentabilidade. Revista Turismo Visão e Ação. v.1, n.2, p.45-69, out-1998/mar-1999.
14. PIRES, Paulo dos Santos. A dimensão conceitual do Ecoturismo. Turismo Visão e Ação. v.1, n.1, p. 75-91, jan-jun 1998.
15. PIRES, Paulo dos Santos. O que é Ecoturismo? Em busca de uma resposta pela via da Abordagem conceitual. Turismo Visão e Ação. ano 3, p.119-128, abr-set 2000.
16. RATTNER, Henrique. Liderança pra uma Sociedade Sustentável. São Paulo: Nobel, 1999.
17. ROESCH, Sylvia maria Azevedo. Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.
18. RUSCHMANN, Doris van De Meene. O Ecoturismo no Brasil. World Ecotur'97. Congresso e Exposição Mundial de Ecoturismo, p.168-174.
19. SERRANO, Célia M Toledo, BRUHNS, Heloisa T., organizadoras. Viagens à natureza: turismo, cultura e ambiente. São Paulo: 1997. Ed Papirus. Coleção Turismo.
20. SWARBROOKE, John. Turismo Sustentável: Conceitos e Impacto Ambiental São Paulo: ed. Aleph, 2000. Vol.I

21. Turismo Sustentável: Meio Ambiente e Economia. São Paulo: ed. Aleph, 2000. Vol.II
22. Turismo Sustentável: Setor Público e Cenários Geográficos. São Paulo: ed. Aleph, 2000. Vol.III
23. Turismo Sustentável: Turismo Cultural, Ecoturismo e Ética. São Paulo: ed. Aleph, 2000. Vol.V
24. TAPIA, Percy. PANEL SOBRE ECOLOGIA in Congresso COTAL, Panamá, 1993. p. 03 à 12.
25. TORRES, Francisco de la. Agencias de viajes y trasnportación. México, 1981. Ed. Trilhas, 2 ed.
26. VASCONCELOS, Paulo de Filho; PAGNONCELLI, Dernizo. Construindo estratégias para vencer! Rio de Janeiro: Campus, 2001. 5 ed.
27. VIEIRA, Listz e BREDARIOL, Celso. Cidadania e Política Ambiental. Rio de Janeiro: Record, 1998.
28. VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 2ed. São Paulo: Atlas, 1998.
29. MUIRAQUITÃ COMUNICAÇÃO GLOBAL. Associação brasileira de ecoturismo. Disponível em www.ecobrasil.org.br. Acesso em julho e agosto de 2002.
30. INFOAGRO. Infoagro. Disponível em www.infoagro.com. Acesso em maio e junho de 2002.
31. YACINE KHELLADI. Kiskeya destination alternative. Disponível em www.kiskeya-alternative.org. Acesso em maio, junho e julho de 2002.
32. CASULOWEBDESIGN. Turma do bem. Disponível em: www.turmadobem.com.br. Acesso em 10 de agosto de 2002.

ANEXOS

ANEXO 1 – CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE

CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE

Los participantes en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, reunidos en Lanzarote, Islas Canarias, España, del 27 al 28 de Abril de 1995, *Conscientes* de la realidad del turismo como fenómeno de alcance mundial que implica las más altas y profundas aspiraciones de los pueblos, constituyendo un importante elemento para el desarrollo social, económico y político en muchos países.

Reconociendo que el turismo es una actividad ambivalente, dado que puede aportar grandes ventajas en el ámbito socioeconómico y cultural, mientras que al mismo tiempo contribuye a la degradación medioambiental y a la pérdida de la identidad local, por lo que debe ser abordado desde una perspectiva global.

Conscientes de que los recursos en los que se basa el turismo son frágiles, así como de la creciente demanda de una mayor calidad medioambiental.

Reconociendo que el turismo, como posibilidad de viajar y conocer otras culturas, puede promover el acercamiento y la paz entre los pueblos, creando una consciencia respetuosa sobre la diversidad de modos de vida.

Recordando la Declaración Universal de los Derechos Humanos, adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, y las diversas declaraciones de Naciones Unidas, así como los convenios regionales, sobre turismo, medio ambiente, conservación del patrimonio cultural y desarrollo sostenible.

Guiados por los principios enunciados en la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, además de las recomendaciones emanadas de la Agenda 21.

Recordando las declaraciones previas en materia de turismo, como la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, la Declaración de La Haya y la Carta del Turismo y Código del Turista.

Reconociendo la necesidad de desarrollar un turismo que satisfaga las expectativas económicas y las exigencias ambientales, que no sólo sea respetuoso con la estructura socioeconómica y física de cada destino, sino también con las poblaciones receptoras.

Considerando la prioridad de proteger y reforzar la dignidad humana, tanto de las comunidades locales como de los turistas.

Conscientes de la necesidad de establecer alianzas eficaces entre los principales actores que participan en la actividad turística, con el fin de forjar la esperanza de un turismo más responsable con nuestro patrimonio común.

APELAN a la comunidad internacional, y en particular INSTAN a los gobiernos, a las demás autoridades públicas, a los decisores y profesionales en materia turística, a las asociaciones e instituciones públicas y privadas relacionadas con el turismo y a los propios turistas, a adoptar los siguientes principios y objetivos de esta declaración:

1- El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es -decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.

El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende.

2- El turismo tendría que contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano, debiendo respetar los frágiles equilibrios que caracterizan a muchos destinos turísticos, en particular las pequeñas islas y áreas ambientalmente sensibles. La actividad turística deberá prever una evolución aceptable respecto a su incidencia sobre los recursos naturales, la biodiversidad y la capacidad de asimilación de los impactos y residuos producidos.

3- La actividad turística ha de considerar los efectos inducidos sobre el patrimonio cultural y los elementos, actividades y dinámicas tradicionales de las comunidades locales. El reconocimiento de estos factores locales y el apoyo a su identidad, cultura e intereses, deben ser referentes obligados en la formulación de las estrategias turísticas, especialmente en los países en vías de desarrollo.

4- La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible presupone necesariamente la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores implicados en el proceso, tanto públicos como privados. Esta concertación ha de basarse en mecanismos eficaces de cooperación a todos los niveles: local, nacional, regional e internacional.

5- La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, representa un ámbito privilegiado para la cooperación. Por parte de todos los responsables, esta actitud implica un auténtico reto de innovación cultural, tecnológica y profesional, que además exige

realizar un gran esfuerzo por crear y desarrollar instrumentos de planificación y de gestión integrados.

6- Los criterios de calidad orientados a la preservación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista, determinados conjuntamente con las comunidades locales y basados en los principios del desarrollo sostenible, deberían ser objetivos prioritarios en la formulación de las estrategias y proyectos turísticos.

7- Para participar en el desarrollo sostenible, el turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por la economía local, garantizando su plena integración y contribuyendo positivamente al desarrollo económico local.

8- Toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población e incidir en el enriquecimiento sociocultural de cada destino.

9- Los gobiernos y autoridades competentes, con la participación de las ONGs y las comunidades locales, deberán acometer acciones orientadas a la planificación integrada del turismo como contribución al desarrollo sostenible

10- Reconociendo que la cohesión social y económica entre los pueblos del mundo es un principio fundamental del desarrollo sostenible, urge impulsar medidas que permitan un reparto más equitativo de los beneficios y cargas producidos por el turismo. Ello implica un cambio en los modelos de consumo y la introducción de métodos de fijación de precios que permitan la internalización de los costes medioambientales.

Los gobiernos y las organizaciones multilaterales deberían priorizar y reforzar las ayudas directas o indirectas a los proyectos turísticos que contribuyan a la mejora de la calidad medioambiental. En este marco, es necesario investigar en profundidad sobre la aplicación de instrumentos económicos, jurídicos y fiscales internacionalmente armónicos que aseguren el uso sostenible de los recursos en materia turística.

11- Las zonas vulnerables desde el punto de vista ambiental y cultural, tanto las actuales como las futuras, deberán recibir prioridad especial en materia de ayuda financiera y cooperación técnica al desarrollo turístico sostenible. También han de recibir tratamiento especial las zonas degradadas por los modelos turísticos obsoletos y de alto impacto.

12- La promoción de formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible, así como el fomento de la diversificación de los productos turísticos, constituyen una garantía de estabilidad a medio y largo plazo. Para perseguir este fin, es necesario asegurar y reforzar de forma activa la cooperación regional, particularmente en el caso de las pequeñas islas y áreas de mayor fragilidad ecológica.

13- Los gobiernos, la industria turística, las autoridades y las ONGs responsables del turismo deberán impulsar y participar en la creación de redes abiertas de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas ambientalmente sostenibles.

14- La definición de una política turística de carácter sostenible requiere necesariamente el apoyo y promoción de sistemas de gestión turística ambientalmente compatibles, de estudios de viabilidad que permitan la transformación del sector, así como la puesta en marcha de proyectos de demostración y el desarrollo de programas en el ámbito de la cooperación internacional.

15- La industria turística, en colaboración con los organismos y ONGs con actividades relacionadas con el turismo, deberá diseñar los marcos específicos de acciones positivas y preventivas que garanticen un desarrollo turístico sostenible, estableciendo programas que apoyen la ejecución de dichas prácticas. Realizarán el seguimiento de los logros alcanzados, informarán de los resultados e intercambiarán sus experiencias.

16- Habrá de prestarse una atención especial al papel del transporte y sus efectos sobre el medio ambiente en la actividad turística, así como al desarrollo de instrumentos y medidas orientadas a reducir el uso de energías y recursos no renovables, fomentando además el reciclaje y la minimización de residuos en las instalaciones turísticas.

17- Con el fin de que el turismo pueda ser una actividad sostenible, es fundamental que se adopten y pongan en práctica códigos de conducta que favorezcan la sostenibilidad por parte de los principales actores que intervienen en la actividad, en particular por los miembros de la industria turística. Dichos códigos pueden constituir instrumentos eficaces para el desarrollo de actividades turísticas responsables.

18- Deberán ponerse en práctica todas las medidas necesarias con el fin de sensibilizar e informar al conjunto de las partes implicadas en la industria del turismo, ya sea a nivel local, nacional, regional o internacional, sobre el contenido y los objetivos de la Conferencia de Lanzarote.

RESOLUCIÓN FINAL

La Conferencia Mundial de Turismo Sostenible considera imprescindible hacer los siguientes llamamientos públicos:

1. La Conferencia recomienda a los gobiernos estatales y regionales formular, con carácter de urgencia, planes de acción para un desarrollo sostenible aplicados al turismo, en consonancia con los principios enunciados en esta Carta.

2. La Conferencia acuerda elevar al Secretario General de Naciones Unidas la Carta del Turismo Sostenible a fin de que pueda ser asumida

por los Organismos y Agencias del sistema de Naciones Unidas, así como por las Organizaciones Internacionales con acuerdo de cooperación con Naciones Unidas, para ser sometida a la Asamblea General de Naciones Unidas.

COMITÉ DE HONOR

Presidente :

S.M. El Rey de España, D. Juan Carlos I

Manuel Hermoso Rojas

Presidente del Gobierno de Canarias

Federico Mayor Zaragoza

Director General de la UNESCO

Elisabeth Dowdeswell

Directora Ejecutiva del PNUMA

Javier Gómez Navarro

Ministro de Comercio y Turismo

José Borrell Fontelles

Ministro de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente

Carmen Alborch Bataller

Ministra de Cultura

Antonio Enríquez Savignac

Secretario General de la OMT

Enrique Pérez Parrilla

Presidente del Cabildo Insular de Lanzarote

ANEXO 2 – DECLARAÇÃO DE ECOTURISMO DE QUEBEC



Sommet mondial de l'écotourisme
World Ecotourism Summit
QUÉBEC 2002



International Year of Ecotourism
2002

Declaração de Ecoturismo de Quebec

(Documento revisto e aprovado pelo Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas e pela Organização Mundial do Turismo em 10/06/2002)

Documento traduzido pelo Programa de Turismo e Meio Ambiente do WWF-Brasil

Como parte do Ano Internacional do Ecoturismo, declarado pelas Nações Unidas, e sob a égide do Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas e da Organização Mundial do Turismo (WTO), mais de mil integrantes dos setores público e privado e de organizações não-governamentais provenientes de mais de 132 países participaram da Cúpula de Especialistas em Ecoturismo em Quebec, no Canadá. O evento aconteceu de 19 a 22 de maio de 2002 e teve como organizadores a Tourisme Québec e a Comissão Canadense de Turismo.

A série de 18 reuniões preparatórias realizadas em 2001 e 2002, que culminou com este encontro em Quebec, teve a participação de 3 mil representantes de governos nacionais e locais (incluindo técnicos de turismo e de meio ambiente), de agências de turismo, de organizações não-governamentais, de empresas de consultoria, de universidades e de comunidades locais e indígenas.

Este documento considera o processo preparatório, assim como as discussões realizadas durante a Cúpula. Embora seja o resultado de uma discussão de múltiplas partes interessadas, este não é um relatório oficial. A sua principal utilidade é registrar uma agenda preliminar e estabelecer uma série de recomendações para o crescimento das atividades de ecoturismo implementadas sob o contexto do desenvolvimento sustentável.

Durante o encontro, definiu-se a Conferência de Desenvolvimento Sustentável Rio+10, que acontece em Johannesburgo, África do Sul, em agosto/setembro, como o espaço de discussão e de estabelecimento de políticas internacionais para o setor para os próximos 10 anos. Enfatizou-se que o turismo deve ser mundialmente visto como prioridade por sua potencial contribuição para a erradicação da pobreza e conservação dos ecossistemas ameaçados. Assim, os integrantes da Cúpula solicitam que as Nações Unidas, suas organizações e os representantes dos governos que estiveram em Quebec disseminem esta Declaração e os demais resultados deste evento durante a Rio+10.

Os participantes, cientes da limitação deste processo consultivo para incorporar sugestões e contribuições de uma grande variedade de interessados, particularmente de organizações não-governamentais e de comunidades indígenas e locais,

• reconhecem que o ecoturismo compreende em si os princípios do turismo sustentável considerando seus impactos econômico, social e ambiental. Ele também traz consigo os seguintes pontos:

- contribui para a conservação das heranças naturais e culturais
- em seu planejamento, desenvolvimento e operações, inclui as comunidades locais e indígenas e contribui para seu bem-estar
- interpreta as heranças naturais e culturais para seus visitantes
- funciona de forma ideal para indivíduos e pequenos grupos organizados

- reconhecem que o turismo tem significantes e complexas implicações sociais, econômicas e ambientais que podem trazer benefícios e custos para o meio ambiente e para as comunidades,
- levam em consideração o crescente interesse das pessoas em visitar áreas naturais,
- reconhecem que o ecoturismo tem tido papel primordial na introdução de práticas sustentáveis ao setor do turismo,
- enfatizam que o ecoturismo deve contribuir para que a indústria do turismo seja mais sustentável elevando os benefícios econômicos para as comunidades anfitriãs, contribuindo ativamente para a conservação dos recursos naturais e integridade cultural das comunidades e conscientizando os turistas a respeito da importância das heranças naturais e humanas,
- reconhecem a diversidade cultural associada às áreas naturais, especialmente por causa da presença histórica das comunidades locais responsável pela manutenção dos conhecimentos tradicionais, usos e práticas sustentáveis trazidas ao longo dos séculos,
- reiteram que os fundos mundiais para a conservação e manutenção de áreas ricas culturalmente e em biodiversidade têm sido inadequados,
- reconhecem que o turismo sustentável pode ser uma importante fonte de receita para as áreas protegidas,
- enfatizam que muitas destas áreas são habitadas por populações rurais pobres que, com frequência, carecem de sistemas de saúde, educação, comunicação e de outras infra-estruturas necessárias para um desenvolvimento adequado,
- afirmam que diferentes formas de turismo, especialmente o ecoturismo, são valiosas oportunidades econômicas para as populações locais e, se realizadas de forma sustentável, podem contribuir de forma intensa para a conservação,
- reforçam que, quando mal planejada e desenvolvida, a atividade do turismo em áreas naturais e rurais contribui para o aumento da pobreza, deterioração das paisagens, erosão das culturas tradicionais, redução da qualidade e quantidade de água e constitui uma ameaça para a vida selvagem e biodiversidade,
- lembram que o ecoturismo deve reconhecer e respeitar os direitos à terra dos indígenas e das comunidades locais, incluindo suas áreas protegidas e sagradas,
- afirmam que, para a obtenção de reais benefícios sociais, econômicos e ambientais e para a prevenção de impactos negativos, é necessário que o ecoturismo e demais atividades turísticas tenham mecanismos participativos de planejamento permitindo que as populações locais e indígenas definam o uso de suas áreas e optem, se julgarem necessário, pela não adoção da prática,
- reconhecem a necessidade de se combater preconceitos de raça, sexo ou outras circunstâncias pessoais entre as pessoas com respeito ao seu envolvimento com o turismo como consumidoras ou fornecedoras/prestadoras de serviços,
- atribuem aos visitantes a responsabilidade de promover a sustentabilidade do destino e do meio ambiente em geral por meio da sua escolha de seus passeios e atividades e por meio de seus comportamentos,

Com base nestas informações, os participantes da Cúpula de Quebec produziram uma série de recomendações para governos, setor privado, organizações não-governamentais, associações de base comunitária, instituições de ensino e pesquisa, agências financiadoras e de auxílio ao desenvolvimento e comunidades indígenas e locais, presentes abaixo.

A. Aos governos nacionais, regionais e locais

- 1. formular políticas e estratégias de desenvolvimento nacional, regional e local que sejam compatíveis com os objetivos do desenvolvimento sustentável. É importante que isto seja conduzido por meio de um amplo processo de consulta àqueles que se envolverão ou que serão afetados pelas atividades de ecoturismo. Se possível, deve-se ampliar os princípios do ecoturismo às demais atividades do setor de turismo;**
- 2. em conjunto com as comunidades locais, setor privado, ONGs e todas as partes interessadas, garantir a proteção da natureza, das culturas locais e especialmente do conhecimento tradicional, dos recursos genéticos, direito à terra e à água;**
- 3. garantir o envolvimento e a participação apropriada de cada instituição pública em nível local, regional e nacional, incluindo o estabelecimento de grupos de trabalho inter-ministeriais, quando necessário. Além disso, são necessários orçamentos adequados e legislações apropriadas que permitam a implementação dos objetivos e metas estabelecidos pelas partes interessadas;**
- 4. incluir, em níveis nacional, local e regional, em seu plano de ação mecanismos regulatórios e de monitoramento, além de indicadores de sustentabilidade aceitos pelas partes interessadas e estudos de impacto ambiental para prevenir ou minimizar a ocorrência de impactos negativos nas comunidades ou no meio ambiente. Os resultados dos monitoramentos devem estar à disposição do público, já que estas informações permitirão que os turistas escolham operadores que adotam princípios do ecoturismo;**
- 5. desenvolver mecanismos de avaliação dos custos ambientais em todos os aspectos do produto de turismo, incluindo o transporte internacional;**
- 6. desenvolver a capacidade de implementação de mecanismos de gestão do crescimento, como zoneamento, e de uso participatório do solo tanto em áreas protegidas como em seus entornos e em outras zonas de desenvolvimento do ecoturismo;**
- 7. utilizar manuais de utilidade e eficiência consagradas para servir de base para processos de certificação, adoção de selos verdes e outras iniciativas voluntárias promovidas em nome da sustentabilidade do ecoturismo. É necessário encorajar os operadores a se unir a tais iniciativas e promover o seu reconhecimento por parte dos consumidores. Os sistemas de certificação da atividade, no entanto, devem sempre seguir critérios regionais, promover capacitações e fornecer apoio financeiro de forma a se tornar acessíveis também aos pequenos e médios operadores. Uma série de critérios e métodos é necessária para que estes esquemas atinjam seu objetivo;**
- 8. garantir o acesso ao desenvolvimento dos recursos técnicos, financeiros e humanos para micro, pequenas e médias operadoras, que são a base do ecoturismo, de forma a lhes garantir o estabelecimento, crescimento e desenvolvimento de uma maneira sustentável;**
- 9. definir políticas apropriadas, planos de manejo e programas interpretativos para visitantes. Estabelecer mecanismos de identificação de fundos adequados para a gestão de áreas protegidas com acelerado crescimento de visitantes e proteção de ecossistemas vulneráveis. Estes planos devem incluir normas claras, estratégias de manejo direto e indireto e regras para uso de recursos de forma a garantir o monitoramento dos impactos sociais e ambientais para todos os empreendimentos de ecoturismo na área;**

10. incluir as micro, pequenas e médias operadoras de ecoturismo, assim como aquelas de base comunitária, na estratégia promocional e programas desenvolvidos pelas empresas nacionais de turismo, tanto no mercado nacional como internacional;
11. desenvolver redes regionais para a promoção e marketing de produtos de ecoturismo em nível nacional e internacional;
12. criar incentivos para que os operadores de turismo tornem suas atividades mais ambiental, social e culturalmente responsáveis;
13. garantir que alguns princípios ambientais e sanitários básicos sejam definidos e adotados para todos os empreendimentos de ecoturismo, mesmo para aqueles conduzidos em parques nacionais e áreas rurais. Isto deve incluir aspectos como a escolha de locais, planejamento, tratamento de lixo, proteção de córregos e riachos, entre outras coisas. Deve-se garantir ainda que as estratégias de desenvolvimento do ecoturismo sejam conduzidas sob uma forma que preveja investimentos em infra-estrutura sustentável e em capacitação das comunidades para que elas monitorem estes aspectos;
14. investir ou dar apoio a instituições que investem em programas de pesquisa em ecoturismo e turismo sustentável. Instituir estudos e pesquisas que levantem dados sobre fauna e flora, com atenção especial para espécies ameaçadas, como parte de um programa de levantamento de impactos para as atividades de ecoturismo;
15. apoiar o desenvolvimento de princípios internacionais, manuais e códigos de ética para o turismo sustentável fortalecendo as políticas nacionais e internacionais que utilizam o conceito de desenvolvimento sustentável na atividade;
16. considerar como uma opção o remanejamento de áreas públicas de produção intensiva para a atividade do turismo combinada à conservação, quando esta mudança puder trazer benefícios sociais, econômicos e ambientais para as comunidades em questão;
17. promover e desenvolver programas educacionais para crianças e adolescentes para aumentar a consciência a respeito da importância da conservação da natureza e do uso sustentável, das culturas locais e indígenas e da sua relação com o ecoturismo;
18. promover a colaboração entre operadores de turismo, demais prestadores de serviços e ONGs para permitir a educação de turistas e influenciar seu comportamento nos destinos, especialmente em países em desenvolvimento;
19. incorporar os princípios de transporte sustentável no planejamento e implementação do turismo e promover locomoções de baixo impacto sempre que possível.

B. Ao Setor Privado

20. planejar, desenvolver e conduzir seus empreendimentos minimizando impactos e contribuindo para a conservação de ecossistemas sensíveis, do meio ambiente em geral e levando benefícios às comunidades indígenas e locais;
21. ter em mente que, para ser sustentável, um empreendimento de ecoturismo precisa ser rentável às partes envolvidas, incluindo proprietários, investidores, gerentes e empregados, assim como às comunidades e às organizações de conservação presentes na área onde a atividade é desenvolvida;
22. garantir que a utilização de materiais, planejamento e operações incorporem os princípios da sustentabilidade, como conservação da água, energia e materiais;

- 23.adotar formas confiáveis de regulação voluntária, como selos verdes, de forma a demonstrar aos seus potenciais clientes o seu real compromisso com os princípios da sustentabilidade;**
- 24.cooperar com organizações governamentais e não-governamentais que trabalham com conservação de áreas protegidas e de biodiversidade assegurando que suas práticas de ecoturismo sejam realizadas de acordo com planos de gestão e outras regulações para estas regiões. Desta forma, fica evidente que se preocupam em minimizar quaisquer impactos negativos garantindo a qualidade das experiências de turismo e contribuindo financeiramente para a conservação dos recursos naturais;**
- 25.aumentar o uso de materiais, produtos, logística e recursos humanos locais em suas operações de forma a manter a autenticidade da atividade de ecoturismo e ampliar os benefícios financeiros ao destino. Para que isso seja possível, é necessário também que se invista no treinamento e na capacitação da mão-de-obra local;**
- 26.trabalhar ativamente com lideranças indígenas para garantir que suas comunidades e culturas sejam tratadas com respeito e que seu quadro de funcionários e clientes seja bem informado a respeito das áreas indígenas, de seus costumes e história;**
- 27.garantir que a cadeia de produtos e serviços que compõem a operação de ecoturismo seja sustentável e compatível com o nível de sustentabilidade exigido ou esperado pelo consumidor;**
- 28.trabalhar ativamente com lideranças indígenas e com comunidades locais para garantir que elas sejam tratadas com respeito e que os turistas tenham informações a respeito delas;**
- 29.promover entre seus clientes, os turistas, uma forma consciente de comportamento dando-lhes a oportunidade de participar de experiências de educação ambiental e de conviver com pessoas de outras culturas. Além disso, contribuições voluntárias às comunidades locais e às atividades de conservação realizadas na região devem ser encorajadas;**
- 30.gerar um nível de consciência entre funcionários por meio de aulas de educação ambiental e dar suporte ao trabalho que eles e suas famílias realizam em nome da conservação, de desenvolvimento econômico da comunidade e na redução da pobreza;**
- 31.diversificar suas ofertas desenvolvendo um leque de atividades turísticas e estendendo suas visitas a locais diversos de forma a disseminar o potencial de ecoturismo destas regiões e evitar que um determinado local seja superexplorado e sua sustentabilidade colocada em perigo. Para tanto, as operadoras devem respeitar e contribuir para o estabelecimento de limites de visitas de cada local;**
- 32.criar e desenvolver mecanismos de arrecadação de fundos para a manutenção de associações e cooperativas que podem fornecer treinamento e divulgação e desenvolver produtos e pesquisas;**
- 33.formular e implementar políticas para sustentabilidade com uma visão para aplicá-las em cada parte da operação do turismo.**
- C. Às organizações não-governamentais, associações de base comunitária e instituições de ensino e pesquisa**
- 34.fornecer apoio técnico, financeiro, educacional, capacitação e demais suportes aos destinos de ecoturismo, às suas organizações comunitárias, pequenos negócios e autoridades locais de forma a garantir a aplicação de políticas apropriadas, o desenvolvimento de planos de gestão e os mecanismos de monitoramento compatíveis com a sustentabilidade;**

35. monitorar e conduzir estudos do impacto das atividades de ecoturismo nos ecossistemas, na biodiversidade e nas culturas indígenas locais;

36. cooperar com as organizações públicas e privadas garantindo que os dados e informações gerados com os estudos sejam utilizados na tomada de decisões durante o processo de desenvolvimento e gestão do ecoturismo;

37. cooperar com as instituições de pesquisa de forma a se encontrar as soluções mais práticas e adequadas para as questões relacionadas ao desenvolvimento do ecoturismo.

D. Às instituições internacionais de financiamento e agências de assistência ao desenvolvimento

38. planejar e acompanhar a implementação de políticas nacionais e locais de desenvolvimento do ecoturismo e a avaliação de sua relação com a conservação, desenvolvimento socioeconômico, direitos humanos, redução da pobreza e outras questões ligadas ao desenvolvimento sustentável, além de intensificar a transferência destes conhecimentos para outros países. Uma atenção especial deve ser dada aos países em desenvolvimento e às ilhas e aos países montanhosos, já que 2002 foi estabelecido como o “Ano Internacional das Montanhas” pelas Nações Unidas;

39. promover capacitações em organizações locais, regionais e nacionais para a formulação e aplicação de políticas e planos de ecoturismo baseados em padrões internacionais consagrados;

40. desenvolver padrões mundiais e mecanismos para sistemas de certificação do ecoturismo que considerem empreendimentos de pequeno e médio portes e a eles facilite o seu acesso;

41. incorporar o diálogo entre as diversas partes interessadas nas políticas, manuais e projetos em níveis global, regional e nacional para a troca de experiências entre os países e setores envolvidos no ecoturismo;

42. fortalecer seus esforços em identificar os fatores que determinam o sucesso e fracasso das atividades de ecoturismo ao redor do mundo de forma a transferir estas experiências e melhores práticas para outras nações por meio de publicações, missões de campo, seminários e projetos de assistência técnica. O Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas (UNEP) e a Organização Mundial do Turismo (WTO) devem continuar este diálogo promovendo, por exemplo, avaliações periódicas do ecoturismo em encontros internacionais e regionais;

43. adaptar, sempre que necessário, suas formas de financiamento e empréstimo às micro, pequenas e médias operadoras de ecoturismo, que são a base da atividade, de forma a garantir sua sustentabilidade econômica a longo prazo;

44. desenvolver a capacidade dos recursos humanos internos para lidar com o turismo sustentável e com o ecoturismo como uma atividade de desenvolvimento em si só e garantir que o conhecimento interno, a pesquisa e a documentação permitam que o ecoturismo seja visto como uma ferramenta de desenvolvimento sustentável;

45. desenvolver mecanismos financeiros para o treinamento e capacitação das comunidades indígenas e locais, permitindo que elas participem do desenvolvimento do ecoturismo.

E. Às comunidades locais e indígenas

Além das referências às comunidades locais e indígenas feitas nos parágrafos anteriores desta Declaração (principalmente nos parágrafos 5, 8, 9 e 10 da página 2; parágrafo 1 da página 3; A 2 e 17; B 21 e 27; C 35; D 45) os participantes fizeram estas recomendações a estes grupos:

- 46. Como parte de uma visão de desenvolvimento para a comunidade, definir e implementar estratégias para um aumento de benefícios para a localidade, incluindo o acesso à informação, o desenvolvimento humano, físico, financeiro e social, que venham com o crescimento da prática do ecoturismo;
- 47. fortalecer, estimular e encorajar a habilidade da comunidade em manter e utilizar conhecimentos tradicionais que sejam relevantes para a atividade do ecoturismo, como o artesanato, a agricultura, o folclore, a culinária e demais atividades que utilizam os recursos locais de forma sustentável.

F. À Conferência de Desenvolvimento Sustentável Rio+10

- 48. reconhecer a necessidade de se aplicar os princípios de desenvolvimento sustentável ao turismo e o importante papel do ecoturismo na geração de benefícios econômicos, sociais e ambientais;
- 49. integrar o turismo, incluindo o ecoturismo, nos resultados do evento.

Quebec, 22 de maio de 2002.

O documento original, em inglês, possui apenas 48 recomendações devido a uma numeração incorreta. Nele, há duas recomendações de número 45. Desta forma, esta tradução conta com 49 recomendações, já que a numeração original foi corrigida.

**ANEXO 3 – ECOTOURISM GUIDELINES FOR NATURE TOUR
OPERATORS**

ECOTOURISM GUIDELINES FOR NATURE TOUR OPERATORS

Published by The International Ecotourism Society, North Bennington Vermont, USA. Copyright 1993

SUMMARY OF GUIDELINES FOR NATURE TOUR OPERATORS

Predeparture Programs -- Visitor Information And Education

Guideline:

Prepare travelers to minimize their negative impacts while visiting sensitive environments and cultures before departure.

Guideline:

Prepare travelers for each encounter with local cultures and with native animals and plants.

Guideline:

Minimize visitor impacts on the environment by offering literature, briefings, leading by example, and taking corrective actions.

Guiding Programs -- Prevention Of Cultural Impacts

Guideline:

Minimize traveler impacts on local cultures by offering literature, briefings, leading by example, and taking corrective actions.

Guideline:

Use adequate leadership, and maintain small enough groups to ensure minimum group impact on destinations. Avoid areas that are undermanaged and overvisited.

Guideline:

Ensure managers, staff and contract employees know and participate in all aspects of company policy to prevent impacts on the environment and local cultures.

Guideline:

Give managers, staff and contract employees access to programs that will upgrade their ability to communicate with and manage clients in sensitive natural and cultural settings.

Guideline:

Be a contributor to the conservation of the regions being visited.

Guideline:

Provide competitive, local employment in all aspects of business operations.

Guideline:

Offer site-sensitive accommodations that are not wasteful of local resources or destructive to the environment that provide ample opportunity for learning about the environment and sensitive interchange with local communities.

ECOTOURISM GUIDELINES FOR NATURE TOUR OPERATORS: MAIN DOCUMENT
by The Ecotourism Society 1993 For list of advisers (Green Evaluations Committee)
see end of document.

PREDEPARTURE PROGRAMS -- VISITOR INFORMATION AND EDUCATION

Guideline:

Prepare travelers to minimize their negative impacts while visiting sensitive environments and cultures before departure.

Offer visitors the educational materials they need to learn about the places and people to be visited and introduce the importance of contributing to the conservation of places being visited.

Educate visitors about the full range of natural and cultural phenomenon to be observed.

Educate visitors to consider the effects of their visit in advance and to modify their behavior while traveling, with the objective of minimizing impacts.

Provide introductory information on the people and ecosystems to be visited in predeparture packages. Stress the importance of reading pre-departure information, such as

selected bibliographies, and review additional resources for each destination.

Keep information objective and well-grounded using examples of phenomenon visitors might encounter.

Provide general travel ethics addressing standards for behavior in natural areas and with local cultures.

Provide information on the equipment, clothing and personal supplies suitable to the regions being visited.

Warn against bringing disposable goods that contribute to the solid waste burden in the region.

Provide information on products to avoid that are illegally traded.

Provide information, as required, on avoiding the accidental transport of foreign, exotic species into isolated ecosystems being visited.

Visitor Benefits:

Visitor is attuned to the full range of opportunities for viewing wildlife and learning about different cultures.

Awareness of personal responsibility to minimize impacts on the environment and local cultures before departure.

Visitor has proper gear and clothing for environments and cultures to be visited.

GUIDING PROGRAMS -- GENERAL PRINCIPLES OF GUIDING TOURS

Guideline:

Prepare travelers for each encounter with local cultures and with native animals and plants.

Objectives:

Pave the way for reciprocal sensitivity between cultures by teaching tourists to be unobtrusive while they are encountering environments and cultures.

Provide visitors with the opportunity to learn more about the social and political circumstances of the region being visited.

Provide visitors with the opportunity to learn more about local environmental problems and conservation efforts.

Techniques:

Provide quality orientation and enough leaders to manage the group according to the sensitivity of the environment visited.

Give quality interpretation at all times; explain local cultures and describe natural history. Encourage interaction with local people while overseeing contact to avoid cultural errors.

Conduct briefings before each stop, including behaviors to avoid, restricted practices and zones, special alerts for fragile and endangered species, specific distances to maintain with

local wildlife, and local regulations.

Use of time on road and in cities for educational discussions of all kinds including balanced discussions of local issues.

Visitor Benefits:

Awareness of how to encounter cultures and environment with minimum negative impact.

Insight into the visitor's own role and potential contribution to local conservation and sustainable economic development efforts.

GUIDING PROGRAMS -- PREVENTION OF ENVIRONMENTAL IMPACTS

Guideline:

Minimize visitor impacts on the environment by offering literature, briefings, leading by example, and taking corrective actions.

Objectives:

Help visitors to minimize their negative impacts by enhancing their understanding of the fragility of the environment.

Company guides should pursue the following procedures:

Provide a set of environmental guidelines, created by the company, specific to the area being visited.

Obtain and distribute available guidelines for each natural area visited.

Allow protected area staff to introduce guidelines if possible.

Brief visitors on proper behavior - on trails, in campsites, around wild animals, around fragile plants - and with trash, with human waste, with fires, and with soaps.

Advise all travelers on the level of difficulty of each excursion to prevent damage to the environment caused by lack of experience or ability to maneuver in unfamiliar terrain.

Discourage unrealistic expectations of observing rare wildlife and plants by interpreting all aspects of the ecosystem.

Advise against collecting souvenirs from natural areas, such as feathers, bones & shells, unless it is specifically condoned by local authorities.

Advise against purchasing specific crafts that are produced from threatened natural resources.

Visitor Benefits:

Learns how to travel without leaving footprints. Gains a greater understanding of travel's impact on the environment.

Is informed of the rules and regulations of natural areas and the need to follow them.

GUIDING PROGRAMS -- PREVENTION OF CULTURAL IMPACTS

Guideline:

Minimize traveler impact on local cultures by offering literature, briefings, leading by example, and taking corrective actions.

Objectives:

Protect the integrity of the cultures being visited by minimizing visitor contribution to acculturation and the decline of local values. Enhance visitor understanding of local cultures but avoid improper intrusions into the private lives of others.

Techniques:

Company guides should be aware of the following procedures:

Interpret local cultural values and history of local cultures. Provide a set of cultural guidelines created by the company, specific to the area being visited. Where available, obtain and

distribute guidelines written by local communities.

Advise visitors to accept differences, adopt local customs, and be unobtrusive.

Discuss appropriate behavior when photographing.

Discuss appropriate behavior when purchasing goods, tipping, and responding to begging.

Visitor Benefits:

A better understanding of local values and cultures and how to behave with local peoples to minimize cultural impacts.

The ability to look, listen and learn from others without intruding.

MONITORING PROGRAMS -- PREVENTION OF ACCUMULATED IMPACTS OF TOURISM**Guideline:**

Use adequate leadership, and maintain small enough groups to ensure minimum group impact on destinations. Avoid areas that are undermanaged and overvisited.

Objectives:

Diminish accumulated effects of tourism on sensitive sites. Avoid overloading local visitor management capabilities if there are inadequate funds and staff to manage visitors in sensitive sites.

Contribute to an effort to disperse tourism, and lighten the load on popular destinations during peak seasons.

Recognize sites, in advance, that are inappropriate for tourism, or need assistance with existing damage.

Techniques:

Be sensitive to total number of groups visiting sites simultaneously. Informally census the number of groups encountered on trails or roads within protected areas and keep track of sites with rapid increases. Notify authorities or landowners if the number of groups is growing rapidly.

Monitor negative environmental impacts, including trail erosion, improper waste dumping, littering, water pollution, species harassment, illegal collecting of plants or animals, feeding of wildlife, or wild animals that have become abnormally tame or aggressive. Notify authorities or land owners both verbally and, if need be, in writing.

Assist land managers in monitoring key, indicator species, or offer logistical assistance to researchers working on tourism impacts.

Design itineraries and promotions to avoid overselling popular sites, particularly those that are inadequately managed for visitation during peak seasons.

Watch for accumulated cultural impact and work to prevent or buffer them. Indicators include; inflated prices for goods in communities; hostility towards tourists from local communities; black markets, drug dealing and prostitution catering to the tourist industry.

Visitor Benefits:

Avoids contributing to the destruction of sites visited. Learns to recognize the negative impacts of tourism and the importance of notifying the authorities when this occurs.

Learns to avoid overloading popular sites, by making trips in off-season or avoiding peak visitation hours.

Learns to recognize cultural impact and avoids contributing to the decline of local values.

MANAGEMENT PROGRAMS -- PREVENTION OF NATURE TOUR COMPANY IMPACTS

Guideline:

Ensure managers, staff and contract employees know and participate in all aspects of company policy to prevent impacts on the environment and local cultures.

Objectives: Make the nature tour company as environmentally and culturally sensitive as possible, both in the office and in the field.

Techniques: Establish an environmental code and objectives manual for the company.

Confidence in the personnel who are leading the organization and the tours.

MANAGEMENT PROGRAMS -- TRAINING

Guideline:

Give managers, staff and contract employees access to programs that will upgrade their ability to communicate with and manage clients in sensitive natural and cultural settings.

Objectives: Offer meaningful opportunities for staff and contract employees to work within a sustainable economy.

Techniques: Establish clear guidelines for staff regarding opportunities and company support available for training, via internal training programs (natural and cultural history) and via

training programs available locally (language skills and first aid, accounting, mechanics).

Establish an operators consortium for training. - Establish a relationship with a local educational facility and work to integrate needed training components into the curriculum. - Work with nongovernmental organizations to establish an ecotourism training program.

Visitor Benefits: Opportunity to contribute to a local sustainable economy that offers local people opportunities to be employed in increasingly responsible positions.

MANAGEMENT PROGRAMS – CONSERVATION CONTRIBUTION PROGRAMS

Guideline:

Be a contributor to the conservation of the regions being visited.

Objectives: Put tourism-generated revenues into the hands of local environmental organizations and protected area management agencies for conservation initiatives.

Ensure that tourism revenues cover the costs for the management of tourism on wild lands and protected areas.

Help parks and protected areas generate revenue, thereby providing economic impetus to a conservation agenda on the national level in destination countries.

Techniques: Provide corporate contributions to local non-profit conservation initiatives and protected areas through direct corporate donations, partnerships, technical assistance, education programs, publicity, facilitation, direct staff involvement, and becoming involved in joint initiatives.*

Facilitate visitor contributions to local conservation initiatives during the trip by: providing literature on projects in the regions being visited and guidelines for in-kind contributions; arranging briefings and visits to local projects with project staff; or offering opportunities for visitors to volunteer.

Facilitate visitor contributions to local conservation initiatives after the trip by: sending follow-up mailings to clients with local nonprofit membership literature, brief descriptions of projects that need assistance, upcoming opportunities to do volunteer services, or opportunities to work at home by being an ambassador or fund raiser or organizer for local projects.*

Encourage writing to government and corporate organizations whose policies are damaging to the environment or local cultures in the areas visited by providing addresses and contact names.

*This may not apply to non-profit organizations running tours

Visitor Benefits:

A better understanding of how tourism can be a net contributor to the conservation of cultures and environment visited.

A chance to be a part of the effort to conserve a beloved place on a long-term basis and preserve biological diversity and cultural heritage worldwide.

MANAGEMENT PROGRAMS -- LOCAL EMPLOYMENT & JOBS PROGRAMS

Provide competitive, local employment in all aspects of business operations.

Make ecotourism beneficial to local communities.

Provide local people access to jobs that are not destructive to the environment.

Provide local people with a full range of opportunities beyond the service employment sector.

Techniques: Hire locally-owned businesses including transport (vehicle and boat rental services), accommodations (hotels, lodges, camps), and restaurants.

Buy local supplies from food and craft vendors and avoid all products made from endangered or threatened species.

Hire local office and field staff. Pay competitive wages, above minimum wage for the region, and offer acceptable benefits.

Contribute to community enterprises and development efforts that support a wide variety of local residents, with special sensitivity to indigenous groups.

Visitor Benefits: Opportunity to contribute to a sustainable market economy, e.g. to provide job opportunities that are not destructive to the environment.

Awareness that the choices visitors make affects the lives and livelihoods of others.

LOCAL ACCOMMODATIONS CHECKLIST

Offer site-sensitive accommodations that do not waste local resources or destroy the environment and that provide ample opportunity for learning about the environment and sensitive interchange with local communities. Ensure all aspects of the visitor's experience are in harmony with the natural and cultural environment. Review the following check list of considerations when booking new accommodations.

Select accommodations that are in compliance with environmental regulations.

Review facility's level of destruction to natural surroundings.

Consider facilities efforts to maintain a scale in keeping with the local environment and to reflect national or local cultural design motifs in architecture and interior design.

Review facility's use of energy saving devices and renewable energy resources.

Review facility's treatment of solid and organic waste. Ensure that solid waste is safely disposed of and that recycling programs are in place where possible. Ensure that all waste products are treated to prevent effects on natural resources.

Determine if restaurant is composting and using other techniques to reduce waste such as avoiding paper products and styrofoam.

Determine if facility is offering meaningful opportunities for locals.

Check into training programs offered by lodge.

Review opportunities for locals to have sensitive cultural interchange, on their own terms, with visitors.

Look for locally produced craft and food items available for sale on the premises or used in facility restaurants, and ensure that all products from threatened natural resources are avoided.

Check for the interpretive/educational materials inside the facility that are available to guests. Look for field guides, videos, books, pamphlets, and check lists of species found locally.

Check for availability of interpretive services outside, such as self-guided trails and guide services.

Check for the facility's sensitivity to interpretive opportunities; i.e. how well the facility has interpreted its own land's natural features and natural resources, or the local cultural backgrounds and perspectives of its own staff, for visitors.

Ask if owners contribute to conservation or community development efforts with financial, technical or logistical support.

Avoid sites that bait animals, or that keep exotic species on the property that were trapped in the wild, especially threatened or endangered species.

Visitor Benefits: An appreciation of the possibilities for sustainable living.

Greater sensitivity to the role of the resort in a community, its impact and contribution to locals, and how to select resorts that are environmentally and socially sensitive.

Better opportunities for sensitive cultural interchange and enlightening field trips accompanied by staff or representatives of local communities.

The Green Evaluations committee reviewers were:

San Jose, Costa Rica Meeting Chair: Ana L. Baez; Walter Araya Universidad Estatal a Distancia; John Aspinall Costa Rica Sun Tours; Amos Bien Rara Avis Reserve; Tamara Budowski Horizonties Tours; Pablo Calderon Centro de Estudio Ambiental; Helena Chavarria Camino Travel; Yanina Rovinski Journalist; Maria Amalia Revelo Canatur; Yadira Simon Expotur Washington D.C., U.S. Meeting; Chair: Megan Epler Wood; Katherine Anthony World Wildlife Fund Travel Program; Elizabeth Boo World Wildlife Fund; Katrina Brandon Consultant; Muriel Crespi National Park Service; Patrick Durst U.S. Forest Service; Alan Graefe Pennsylvania State University; Paul Grimes

Conde Nast Traveler; Lacey Gude Amazon Adventures; Wesley Henry National Park Service; Herb Hiller Journalist; Kurt Kutay Wildland Adventures; Laura Loomis National Parks & Conservation Association; Tom O'Brian Special Expeditions; Dennis Pinto Micato Safaris;

Gaby Spelman Micato Safaris; Sheryl Spivak The George Washington University; Richard Ryel International Expeditions;

Marie Uehling The Nature Conservancy; Helga Westell Abercrombie & Kent; A. Meriwether Wilson The World Bank; Karen Ziffer Conservation International; Werner Zehnder Zegrahm Expeditions San Francisco, U.S. Meeting; Chair: Megan Epler Wood; Gary Cook Earth Island Institute; John DeCock Sierra Club; Nelson Grayburn University of California, Berkeley; Leslie Jarvie Mountain Travel/Sobek; Jeff Kennedy University of California Natural Reserve System; Marc Miller University of Washington; Perry Robertson Mountain Travel/Sobek; Ray Rodney Wilderness Travel; Patrick Tierney San Francisco State; George Wallace Colorado State University; The International Ecotourism Society would also like to thank Ana Baez ; or performing research in Costa Rica on the attitudes of tour operators and agents in the field of ecotourism and for her work chairing the meeting held in San Jos,. Her work has been published in Spanish. Carla Garrison helped with all aspects of the project, in particular with organizing the U.S. meetings. World Wildlife Fund and the Sierra Club donated meeting space in Washington, D.C. and San Francisco. Oswaldo Munoz of the Asociacion Ecuatoriana de ecoturismo (EEA) also provided valuable comments. EEA plans to work with The International Ecotourism Society on a pilot monitoring program in 1994. We would also like to thank the Liz Claiborne, Art Ortenberg Foundation for funding the first year of The Green Evaluations Project which made these guidelines possible.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – ENTREVISTA ESTRUTURADA

ENTREVISTA ESTRUTURADA

- ⊗ É filiado a Embratur?
- ⊗ É filiado ao Instituto de Ecoturismo no Brasil?
- ⊗ Quantos funcionários fixos/regulares a empresa possui?
- ⊗ A empresa trabalha com pessoal autônomo quando a demanda é muito grande?
- ⊗ A empresa possui todos os equipamentos para a realização das atividades, ou dependendo da atividade ela contrata um guia de fora que trás os equipamentos?

1 - Há quantos tempo a empresa está no mercado?

2 – A empresa opera com Turismo Convencional e Ecoturismo, ou apenas Ecoturismo?

- a) Se operar com os dois, em qual mercado tem mais atuação (%)
- b) Qual trás maior retorno financeiro (%)?

3 – Quais os principais produtos (atividades turísticas) com que a empresa trabalha?

- a) Vocês trabalham com dinâmicas ecoturísticas personalizado para grupos de pessoas de empresas?

4 – Para vocês, quais as características do Turismo Sustentável?

5 – E, quais as principais características do Ecoturismo?

6 – A empresa considera Ecoturismo, Turismo esportivo, Turismo de Aventura segmentos diferentes de turismo, qual (is) a(s) característica(s) que os diferenciam?

7 - A empresa faz parte ou apoia alguma associação de Ecoturismo ou organização/projeto ambientalista /social? Qual a forma de participação?

8 – Quais os motivos que levaram ao surgimento da empresa? Ou caso ela já operasse com turismo convencional, quais os motivos que levaram a ofertar produtos Ecoturísticos?

9 - Quais as principais características dos produtos ecoturísticos oferecidos pela empresa?

10 – A empresa opera com algum manual ou guia de orientação para práticas ecoturísticas?

11 – A empresa oferece roteiros em áreas de preservação? Quais as principais dificuldades encontradas frente à legislação?

12 - Qual a visão da empresa para o mercado ecoturístico na(s) região(ões) onde atua, nos próximos 3 anos? Citar pontos positivos e pontos negativos.

APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO ESTRUTURADO APLICADO ÀS EMPRESAS

Este questionário faz parte do trabalho de conclusão final do Curso de Administração da UFSC. Gostaria de solicitar o preenchimento do mesmo, visto que é de suma importância para a coleta de dados em campo do assunto estudado. Ele deve ser preenchido pelo proprietário(a) da empresa ou por um funcionário que conheça todo o funcionamento da organização. É um questionário simples, com apenas três opções de respostas: Sim, quando a empresa realizar a afirmação descrita; Não, para quando não se confirmar a afirmação; e, NSA, quando a questão não se aplicar a realidade da empresa.

Grata pela atenção e disponibilização de seu tempo
Acadêmica: Beatriz B. Andrade

QUESTIONÁRIOS AS EMPRESAS

1. Políticas e Programas

1.1 A empresa identifica e monitora os impactos ambientais negativos causados ou que podem ser causados durante a atividade, mediante um registro escrito.

Sim Não NSA

1.2 A empresa tem projetado planos específicos para minimizar ou eliminar os impactos negativos ou para atuar em caso de emergência.

Sim Não NSA

1.3 A empresa participa continuamente de programas de melhoria ambiental em zonas próximas ou em outras regiões do país.

Sim Não NSA

2. ÁREAS NATURAIS

2.1 A empresa mantém informação detalhada sobre áreas naturais de interesse turístico para seus clientes.

Sim Não NSA

2.2 A empresa conhece e cumpre com a política de manejo estipulada para realizar atividades turísticas em áreas naturais e a divulga a seus clientes.

Sim Não NSA

3. PROTEÇÃO DE FLORA E FAUNA

3.1 A Empresa promove, mediante ações específicas, a não extração de plantas ou animais silvestres por parte de dos turistas ou de qualquer outra pessoa.

Sim Não

3.2 A Empresa demonstra sua determinação em evitar toda comercialização de espécies ou produtos de flora e fauna proibidos por lei.

Sim Não

3.3 A empresa desenvolve atividades para evitar a alimentação (artificial) direta o indireta aos animais silvestres.

Sim Não NSA

3.4 A iluminação artificial não causa perturbações ou alterações no meio natural ou alterações no comportamento dos animais.

Sim Não NSA

3.5 As fontes geradoras de ruído se encontram distantes dos locais onde podem causar alterações no meio natural

Sim Não NSA

4. FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS

4.1 A empresa definiu sua missão e planejou uma política de sustentabilidade para os seus serviços

Sim Não NSA

(Caso a resposta não seja positiva, pular para pergunta 4.3)

4.2 A empresa produziu um documento para divulgar e tornar de conhecimento geral os alcances de sua política de sustentabilidade

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

4.3 Os empregados da empresa conhecem os alcances da missão e das políticas para a sustentabilidade

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

4.4 A empresa tem um manual onde se definem os objetivos de seu plano de sustentabilidade e se incluem os programas gerais a desenvolver

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

4.5 A empresa mantém um registro de ações propostas e avanços sobre o cumprimento dos objetivos e planos de sustentabilidade.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

5. CONSUMO DE PRODUTOS

5.1 Existe uma política de compras e utilização de produtos, onde se observam critérios ambientais e sociais

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

5.2 Os empregados conhecem as diretrizes das políticas de compra

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

5.3 A empresa não se utiliza nem vende produtos que tenham contra indicações ambientais.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

5.4 mais da metade dos materiais de divulgação: folders, cartazes, banners, são impressos em papel reciclado

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

(Caso a resposta seja não, indicar quantos % aproximadamente: _____ %)

Alimentos y bebidas

5.5 A empresa está utilizando produtos frescos para preparar e servir alimentos.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

5.6 A empresa oferece alimentos típicos da região

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

5.7 Os produtos em conserva necessários são comprados em embalagens de vidro ou de metal reciclável

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

Limpeza dos equipamentos

5.8 A empresa utiliza produtos de limpeza biodegradáveis, sem componentes corrosivos ou tóxicos.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

5.9 Os detergentes contém fosfato ou substâncias para abrilhantar ou branquear o equipamento.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

5.10 O sabão e outros produtos cosméticos para o uso de clientes empregados são biodegradáveis.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

5.11 São utilizados produtos de limpeza e produtos cosméticos em embalagens biodegradáveis, recicláveis ou reutilizáveis.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

| | | |
|---|-----|-----|
| 5.12 Se dispõe adequadamente, reciclando ou reutilizando, os dejetos de produtos como sabão, xampu e outros | | |
| Sim | Não | NSA |

6. MANEJO DE DEJETOS

| | | |
|--|-----|-----|
| 6.1 A produção de dejetos sólidos, em quanto quantidade e composição, é monitorada continuamente. | | |
| Sim | Não | NSA |
| 6.2 Existe um plano no qual se estabelecem metas de redução da quantidade de dejetos que a atividade promove. | | |
| Sim | Não | NSA |
| 6.3 Existe na empresa um responsável e um cronograma de execução de atividades para a redução de dejetos que é conhecido por todos os empregados | | |
| Sim | Não | NSA |
| 6.4 São utilizados lixeiros adequados para o depósito e manejo dos dejetos orgânicos. | | |
| Sim | Não | NSA |
| 6.5 Os dejetos orgânicos produzidos são utilizados em um programa de compostagem ou outra aplicação apropriada. | | |
| Sim | Não | NSA |
| 6.6 Durante as atividades, a empresa dispõe de recipientes adequados para a separação do lixo (alumínio, plástico, vidro e papel) | | |
| Sim | Não | NSA |
| 6.7 A empresa participa de um programa de reciclagem no qual se enviam os dejetos devidamente classificados. | | |
| Sim | Não | NSA |
| 6.8 A empresa garante que a colocação, e disposição final dos dejetos são feitos forma eficiente. | | |
| Sim | não | NSA |

7. CAPACITAÇÃO

| | | |
|---|-----|-----|
| 7.1 Todos os empregados recebem informações e conhecem a política de sustentabilidade da empresa. | | |
| Sim | Não | NSA |
| 7.2 Existe um programa de capacitação dirigido aos empregados, de acordo com as suas funções. | | |
| Sim | Não | NSA |
| 7.3 Como resultado da capacitação os empregados conhecem e participam ativamente das iniciativas e programas de caráter ambiental da empresa | | |
| Sim | Não | NSA |
| 7.4 Os empregados da empresa participam periodicamente de reuniões onde discutem aspectos de melhorias e novos programas de capacitação a serem implantados | | |
| Sim | Não | NSA |
| 7.5 A empresa desenvolve uma estratégia de motivações que reconhece e incentiva programa de capacitação | | |
| Sim | Não | NSA |
| 7.6 A empresa tem um programa de avaliação e controle dos resultados dos programas de capacitação | | |
| Sim | Não | NSA |

0 CLIENTE EXTERNO

8. Comunicação e participação.

8.1 Fornece-se ao cliente informação histórico-cultural e ecológica do local onde ele está ou irá conhecer.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

8.2 A empresa divulga informação aos hóspedes sobre as ações de proteção do meio ambiente que se desenvolvem na região.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

8.3 A empresa informa sobre atividades sócio-culturais que estão desenvolvendo na região

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

9. Acomodação

9.1 A habitação conta com a informação e facilidade necessárias para que o cliente possa fazer separação do lixo.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

9.2 A habitação conta com a informação e facilidade necessárias para que o cliente possa economizar água e energia

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

9.3 Existe a implementação de programas específicos como a diminuição da troca de toalhas, roupa de cama, e outros.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

9.4 O estabelecimento oferece suficientes áreas devidamente sinalizadas para fumantes e condições para minimizar a contaminação do ar.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

10. Manejo de grupos.

10.1 Se incentiva e orienta os clientes a visitar diferentes áreas naturais protegidas ou outros atrativos naturais.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

10.2 A empresa conta com pessoal especializado que pode guiar e dar informação detalhada dos clientes.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

10.3 A empresa possui um programa efetivo para motivar o cliente a ajudar na limpeza, manutenção e conservação das áreas visitadas.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

10.4 O cliente tem informação de como conduzir-se sozinho e sobre sua responsabilidade nos locais que visita

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

10.5 As viagens e atividades, promovem a interação construtiva entre o visitante, a comunidade e a natureza.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

11. Feedback

11.1 O cliente dispõe de um formulário para fazer críticas e dar sugestões a empresa.

| | | |
|-----|-----|-----|
| Sim | Não | NSA |
|-----|-----|-----|

0 ENTORNO SOCIOECONÓMICO

12. Benefícios econômicos diretos.

12.1 A empresa utiliza pessoas da localidade para cobrir mais de 60% das necessidades de pessoal.

Sim

Não

NSA

(Caso a resposta seja não, favor indicar a porcentagem)

12.2 A empresa investe em recursos de capacitação necessários para que as pessoas da localidade possam ocupar efetivamente seus postos de trabalho.

Sim

Não

NSA

12.3 A empresa contribui e apóia a formação de recursos humanos para atividades complementares do turismo.

Sim

Não

NSA

13. Benefícios econômicos indiretos.

13.1 Por meio de material promocional divulga-se sobre as atividades recreativas realizadas por organizações ou empresas locais.

Sim

Não

NSA

13.2 Através de material promocional dos roteiros da empresa, informa-se sobre atividades benéficas que se desenvolvem na comunidade.

Sim

Não

NSA

13.3 A empresa participa ativamente contribuindo no desenvolvimento de atividades esportivas, artísticas e culturais.

Sim

Não

NSA

13.4 A empresa aprova e promove o uso e consumo de insumos produzidos à nível local.

Sim

Não

NSA

13.5 A loja da empresa vende artesanato e produtos característicos da área e fabricados por pessoas ou empresas locais

Sim

Não

NSA

13.6 A tecnologia, os materiais e equipamentos utilizados pela empresa são produzidos localmente ou contam com um importante componente nacional.

Sim

Não

NSA

Obrigada

Acadêmica: Beatriz B. Andrade

**APÊNDICE 3 – QUESTIONÁRIO ESTRUTURADO APLICADO AOS
TURISTAS**

QUESTIONÁRIOS AOS TURISTAS

1. Sexo

- A. F
- B. M

2. Idade

- A. Menor de 20 anos
- B. De 20 à 30 anos
- C. De 31 à 40 anos
- D. De 41 à 50 anos
- E. Acima de 50 anos

3. Procedência

- A. Nativo
- B. Outra Cidade/Estado:
Qual _____
- C. Reside em Fpolis: _____

4. Nível de escolaridade

- A. 1 grau completo
- B. 2 grau completo
- C. Superior incompleto
- D. Superior completo
- E. Outros: _____

5. Ocupação:

- A. Estudante
- B. Profissional liberal
- C. Autônomo
- D. Comerciante
- E. Funcionário Público
- F. Aposentado
- G. Funcionário de empresa privada
- H. Outros

6. Faixa de Renda (s.min = 200,00)

- A. Até 5 salários mínimos
- B. De 6 à 10 sal. Mínimos
- C. De 10 à 20 sal mínimos
- D. Mais de 20 sal. Mínimos

7. Vc costuma ir viajar para a prática do Ecoturismo,

- A. Sozinho
- B. Em dupla
- C. Em grupo. Qtas pessoas _____
- D. Com a família

8. Há quanto tempo você pratica Ecoturismo?

- A. Menos de 1 ano
- B. De 1 a 2 anos
- C. De 2 a 4 anos
- D. Mais de 4 anos

9. Para você, o que melhor define Ecoturismo?

- A. Viagens a regiões naturais, para prática de atividades esportivas.
- B. Viagens a regiões naturais, para prática de atividades esportivas, culturais ou científicas;
- C. Viagens de lazer a regiões naturais
- D. Viagens a regiões naturais de forma sustentável, utilizando-se da natureza para realização de atividades.

10. Ecoturismo, turismo esportivo, turismo de aventura são a mesma coisa?

- A. Sim
- B. Não

11. Quais dessas atividades, você considera como Ecoturísticas?

- A. Trekking
- B. Rapel
- C. Mergulho
- D. Surftrip / surfcamp
- E. Vôo duplo
- F. Pesquisa Científica
- G. Compras na localidade
- H. Vivência com povos primitivos
- I. Safári na África
- J. Rafting
- K. Excursões a lugares exóticos
- L. Vivência na Natureza, com intuito de observação e aprendizado
- M. Observação de Baleias

12. Quais modalidades ecoturísticas você pratica? Citar até três.

13. Com que frequência você pratica Ecoturismo?

- A. Mais de uma vez por mês
- B. No mínimo uma vez por mês
- C. Trimestralmente
- D. Semestralmente
- E. Anualmente
- F. Quando dá!

14. Para você, existe diferença entre um turista convencional e um ecoturista?

- A. Sim
- B. Não. (Vá para a pergunta 16)

15. Quais das características abaixo refletem um ecoturista (escolher até 3)

- A. Possui ética ambiental.
- B. Deseja causar o mínimo impacto na região visitada.
- C. Depois de uma atividade ecoturística, deseja ir para um luxuoso hotel descansar.
- D. Não quer ter relacionamento social com a localidade, apenas praticar suas atividades.
- E. Tem expectativas em adquirir conhecimento sobre a região visitada.

16. Você estaria disposto a pagar mais por pacotes ecoturísticos, em função da limitação de carga nas regiões naturais?

- A. Sim
- B. Não. Por quê? _____

17. Você acha correta a política adotada pelo governo de restringir a entrada de pessoas em alguns ecossistemas frágeis, como em algumas unidades de conservação.

- A. Sim
- B. Não

18. Você acredita que o Ecoturismo é uma forma de turismo sustentável e surge como uma alternativa ao turismo de massa existente?

A. Sim

B. Não. Por que _____

19. Você está disposto a aceitar códigos de condutas e limitações nas suas viagens como forma de preservação ambiental e cultural da região e como uma forma de promover o desenvolvimento sustentável?

- A. Sim
- B. Não
- C. Depende. Do que? _____

20. Você é filiado ou apóia alguma organização ou projeto ambiental/cultural?

- A. Sim
- B. Não

21. Quanto à preocupação da agência com a preservação do lugar, você considera:

- A. Ruim
- B. Regular
- C. Bom
- D. Ótimo

22. Quanto à quantidade de informações fornecidas sobre a cultura, fauna e flora local, você considera:

- A. Ruim
- B. Regular
- C. Bom
- D. Ótimo

23. Você acha que o preço cobrado foi justo em relação ao serviço oferecido.

- A. Sim.
- B. Não. Foi barato, pois teve implicações sérias no ambiente.
- C. Não. Foi caro, não passou de um simples momento na natureza, sem adição de valor algum.